

И С Т С | +IT

НОТА

20
25

ДЕНЬ

Синтез
ИННОВАЦИЙ

PLCS

ЛОУКОД
АВТОМАТИЗАЦИЯ
МАРКЕТИНГА
С ЭЛЕМЕНТАМИ ИИ

+ | TI

Платформа автоматизации маркетинга включает

Формирование витрины данных по клиенту

Возможности batch кампейна

Возможности real-time кампейна

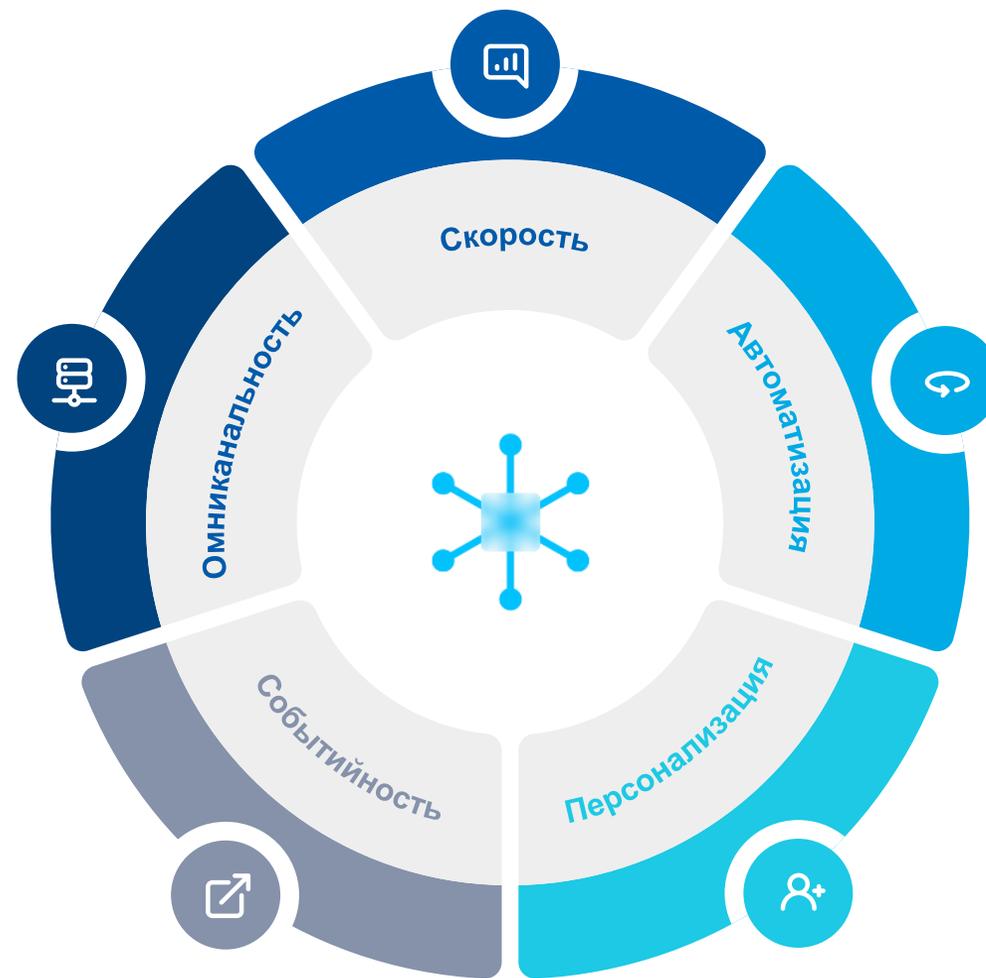
Продажи во входящих и исходящих каналах

Выделение контрольных групп в пакетном режиме и режиме реального времени

Поддержка омниканальности

Управление жизненным циклом клиента

A/B тестирование



Управление Batch кампаниями



Сегментация

Формирование сегментов с помощью конструктора. Поддержка SQL



Выделение целевых и контрольных групп

Стратифицированное выделение целевых и контрольных групп, прозрачный анализ эффективности кампаний



АБ-тестирование

Рандомное и стратифицированное разбиение участников на группы для отслеживания эффективности маркетинговых кампаний



Сплитование

Разбиение участников на группы рандомно и по атрибутам



Инфоркарта

Настройка физической и бизнес-моделей данных. Маппинг атрибутов. Возможность работы с разными сущностями



Функциональные среды

Разграничение функциональности разработки, тестирования и исполнения на уровне сред



Подписки и уведомления

Возможность подписаться на уведомления по кампаниям и сегментам для получения уведомлений о статусах расчета и изменениях в объектах. Получение информации о результатах расчета



Персонализация

Гибкая настройка персонализации коммуникаций



CJM

Гибкие возможности по управлению картой пути клиента для решения задач маркетинга



Поддержка различных типов источников



Гибкая настройка расписания

Поддержка нескольких расписаний в рамках объекта

Маркетинг в реальном времени



Скорость обработки данных

Допустимая нагрузка на одно ядро CPU достигает 200 tps



Арбитраж

Настройка приоритета предложений



Режимы работы

Поддержка синхронного и асинхронного режима работы



Расчетные атрибуты

Возможность настраивать вычисляемые переменные как для персонализации, так и при создании бизнес-правил



Правила

Настройка бизнес-правил для каждого шага дерева решений



Версионность

Механизм версионности кампаний, возможность оперативного отката, либо возврата к необходимой версии



Выделение целевых и контрольных групп

Возможность выделения контрольных групп



Документация

Автоматическое создание документации по кампаниям в один клик

Использование ИИ в CRM маркетинге

Автоматизация процессов

ИИ помощник по созданию кампании

Генерация контента

Генерация текстов и картинок для маркетинговых сообщений

Определение целевой аудитории

Виртуальный ассистент по подбору целевой аудитории и построению сегмента

Анализ данных

Выявление закономерностей и тенденций в БД

Прогнозирование поведения

Будущие действия Клиентов, покупки

Персонализация

Создание уникального контента для каждого Клиента из БД

Оптимизация взаимодействия

Подбор индивидуальных условий отправки, наиболее эффективного канала коммуникации

Улучшение качества обслуживания клиентов

Внедрение ИИ чат-ботов, виртуальных ассистентов

Анализ эффективности маркетинговых кампаний

Выявление успешных кампаний. Оптимизация бюджета затрат.

Виртуальный ассистент построения сегмента

Пример работы ассистента

Сформируй сегмент клиентов, которые совершили покупку на сумму не менее 5000 руб. за последние 30 дней 12:32 ✓

Хорошо, для того, чтобы сформировать сегмент мне нужно уточнить несколько вопросов. 5000 руб. это общая сумма покупок за 30 дней? 12:33

Да 12:33 ✓

Добавить стандартный фильтр – «Выбрать всех клиентов, с которыми можем коммуницировать по email»? 12:33

Да 12:33 ✓

Хорошо, готов сформировать сегмент по следующим критериям:
=====

- Разрешение на коммуникацию по email = Да
- И
- Дата покупки > "TODAY - 30 days"
- И
- Сумма покупок >= 5000

=====

Сегмент корректен? 12:34

Да 12:34 ✓

Хорошо, сегмент сформирован и доступен по ссылке [открыть сегмент](#) 12:37

Функциональные возможности

- Понимает семантику ваших данных
- Задаёт уточняющие вопросы на основе истории запросов
- Показывает логику формирования сегмента
- Формирует сегмент непосредственно в системе

Как это работает?

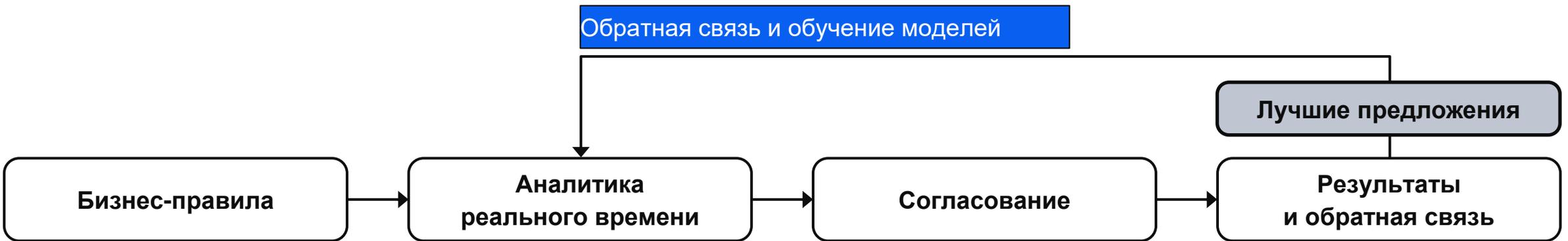


Лучшее следующее предложение

- Клиент 
- Продукт 
- Время 
- Канал 
- Предложение 
- Формат 

Интегральное решение

- + Построение механизма лучшего следующего предложения / действия предполагает интеграцию результатов применения моделей и инструмента аналитического маркетинга в реальном времени
- + Бизнес-правила, условия активации, результаты вероятностных моделей, автоматическое сегментирование в реальном времени, учет политик и предпочтений, прямая интеграция с каналами, мониторинг коммуникаций в режиме реального времени и анализ обратной связи



Оптимизация предложений

Ожидаемая доходность для каждого клиента, продукта, канала

Продукт	Канал				
	СМС	E-MAIL	PUSH	БАННЕР	
ЙОГУРТ					
МЯСО					
ЧАЙ					
...					

- Бизнес-ограничения
- Бюджет
 - Ёмкость каналов
 - Доли по продуктам
 - Контактная политика



Входные переменные и факторы

Целевое состояние

Примеры ограничений



Общие

- + Суммарный маркетинговый бюджет должен быть не более X руб.
- + Контактная политика: не более 2 контактов с клиентом в месяц через 1 канал, не более 3 контактов через разные каналы
- + Запрет / разрешение на взаимодействие через определенный канал



Предложение

- Продукт А должен занимать не более 35% всех предложений.
- Продукт Z должен быть предложен как минимум 15% клиентам



Клиент

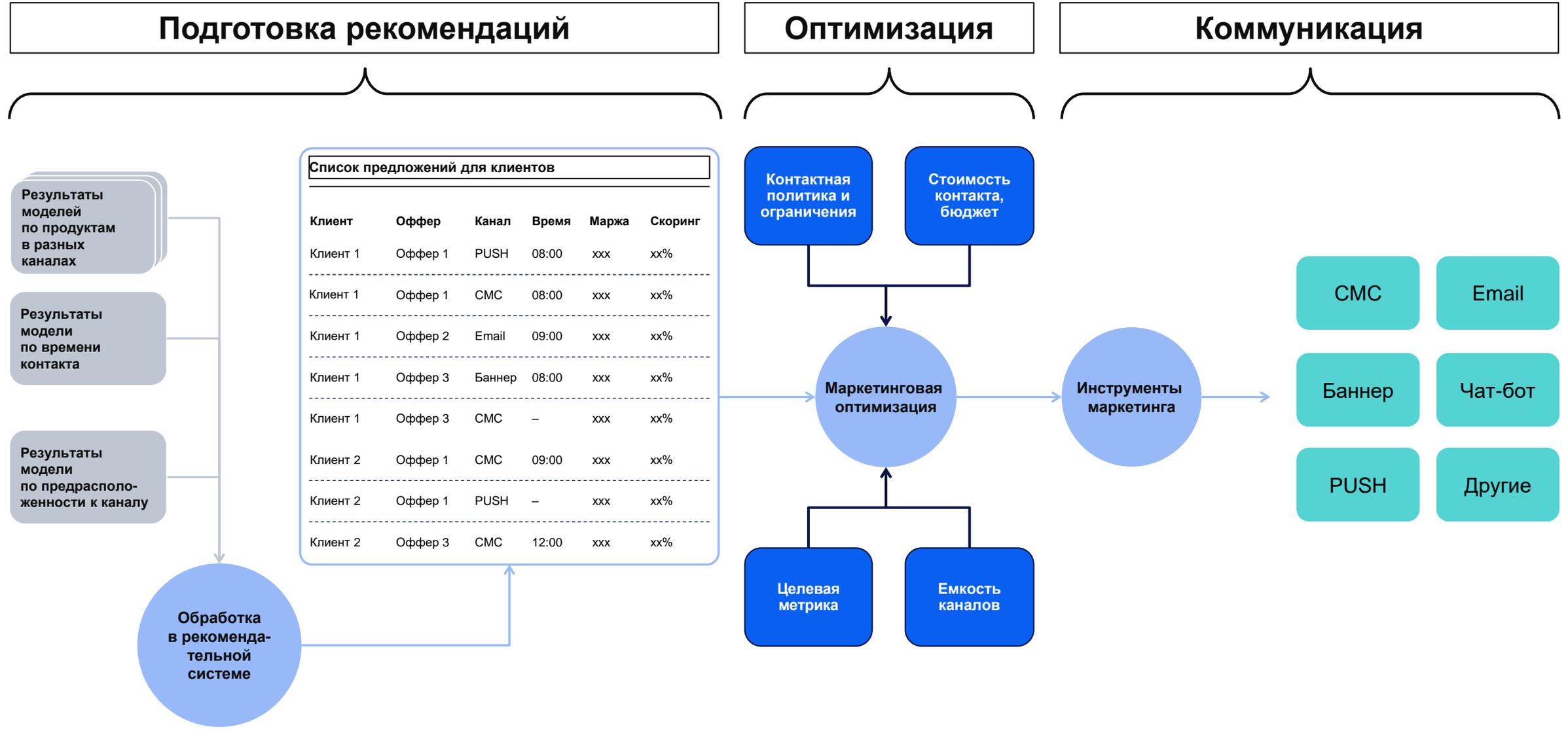
- Клиентам с значительными тратами сначала всегда предлагать дорогие продукты.
- Более дешевые — только после отказа от дорогих продуктов



Канал

- + PUSH используем в случаях, если этот канал является предпочтительным для клиента
- + Кол-во прочитанных SMS сообщений должно быть не менее 15 тыс. / неделю

Оптимизатор как часть клиентской аналитики



Н О Т А | + | Т І



Александр Сергиенко

Директор по продуктам

Модус. НОТА

assergienko@nota.tech



Владислав Войнов

Ведущий бизнес-аналитик

Группа автоматизации
маркетинга, ДАТАТЕХ

vvoynov@datatech.ru

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ