

Практика использования внешних данных для повышения эффективности работы с клиентами

Степан Ванин

Старший консультант
SAS

Алексей Петров

Начальник отдела аналитики и моделирования
Альфа Банк

Александр Алымов

Главный аналитик отдела аналитики
и моделирования
Альфа Банк

Сергей Герасимов

Менеджер проекта «Big Data»
Home Credit & Finance Bank

Евгений Исупов

Head of Data Monetization
Тинькофф Банк

ИСТОЧНИКИ ДАННЫХ

Интернет (браузер)

Социальные сети

Интернет
(отзывы, новости)

Операторы связи

Транзакции



Сайт компании

Mobile App

Контактный центр

Геоинформ.
системы

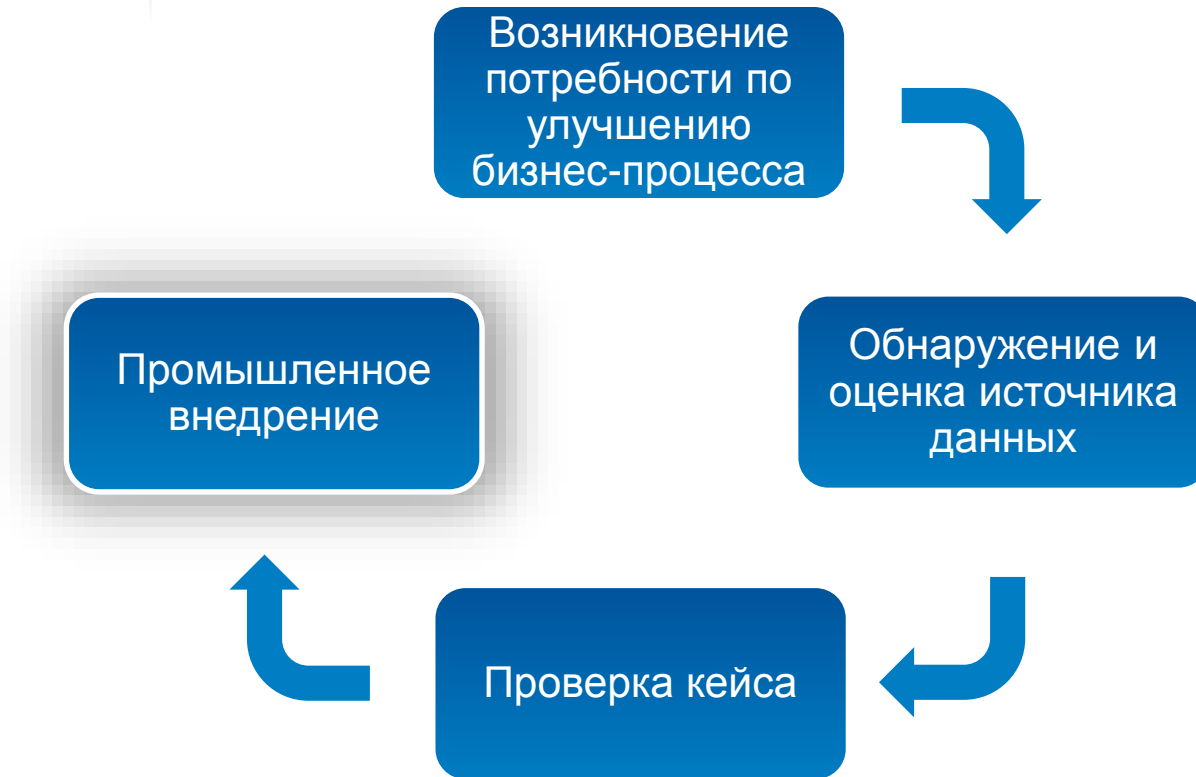
Платежные
системы

ПРИМЕРЫ УСПЕШНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ

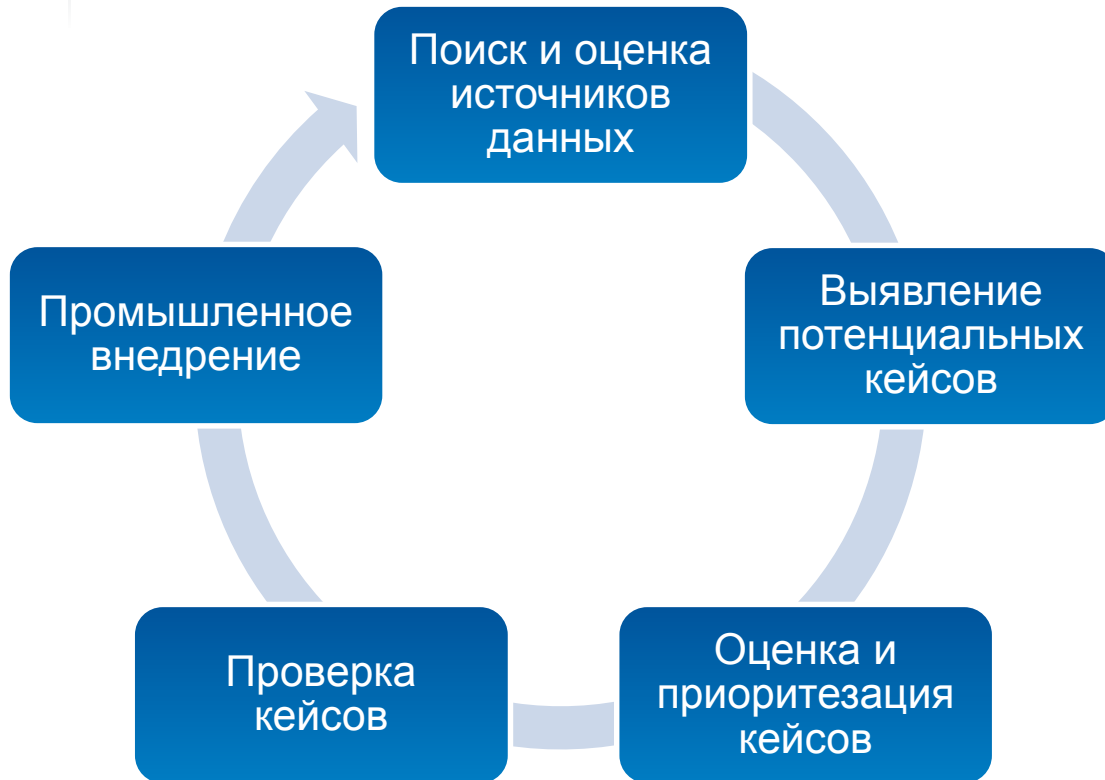
Компания	Данные	Бизнес-процесс	Эффект
Банк из ТОП-50	Поисковые запросы Контент web-страниц	Кредитный скоринг	+25% к точности моделей
Банк из ТОП-60	Соцсети	Целевой маркетинг B2C	+10% к точности моделей cross-sell
Банк из ТОП-10	Назначения платежей	Целевой маркетинг B2B	Повышение эффективности кросс-продаж по отдельным продуктам
Страховая из ТОП-5	Соцсети	Application Scoring Целевой маркетинг B2C	До +35% к точности моделей

ПРОГОЛОСУЕМ?

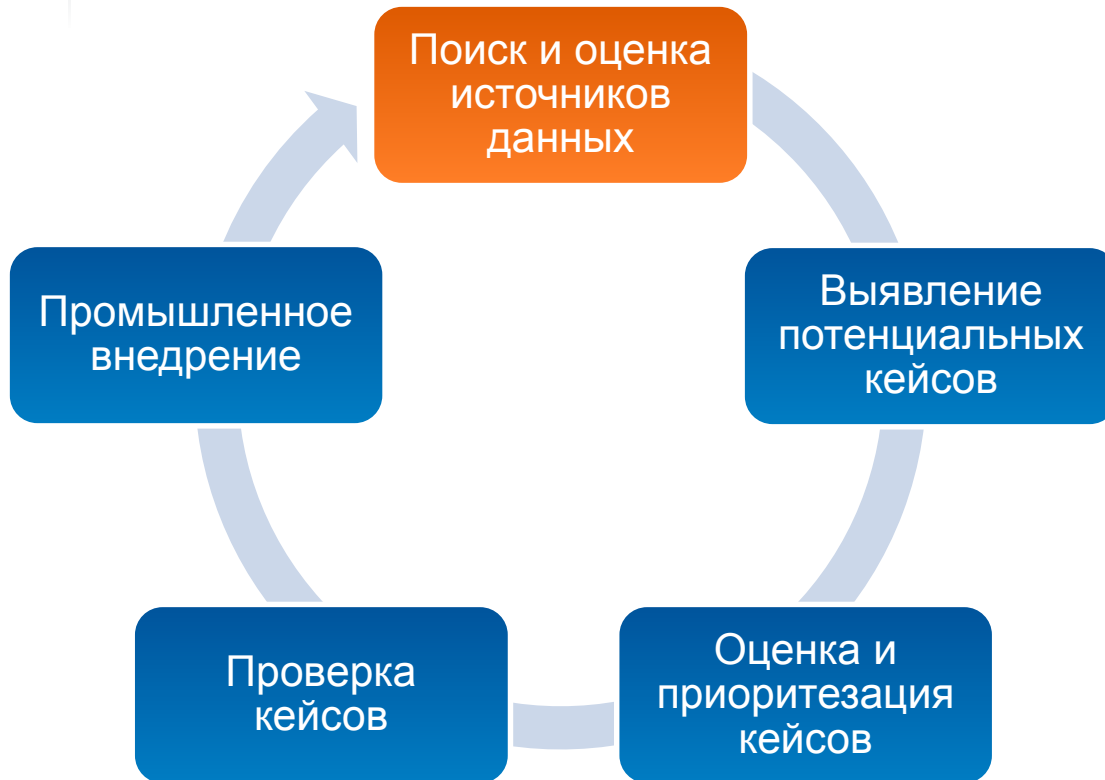
КОМПОНЕНТЫ УСПЕШНОГО ПРОЕКТА COMMON PRACTICE



КОМПОНЕНТЫ УСПЕШНОГО ПРОЕКТА BEST PRACTICE




КОМПОНЕНТЫ УСПЕШНОГО ПРОЕКТА BEST PRACTICE



ЭТАП 1. ПОИСК И ОЦЕНКА ИСТОЧНИКА ДАННЫХ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЕ ОГРАНИЧЕНИЯ


- ❑ Hit Rate
- ❑ Механизм сопоставления с клиентом
- ❑ Точность сопоставления
- ❑ Время отклика сервиса поставщика



Отсекают бизнес-процессы,
в которых нельзя
использовать источник

ЭТАП 1. ПОИСК И ОЦЕНКА ИСТОЧНИКА ДАННЫХ БИЗНЕС-ФАКТОРЫ

- ❑ Стоимость запроса / ответа
- ❑ Ожидаемый срок получения результата
- ❑ Юридические аспекты
- ❑ Репутационные риски
- ❑ Доступность исторических данных



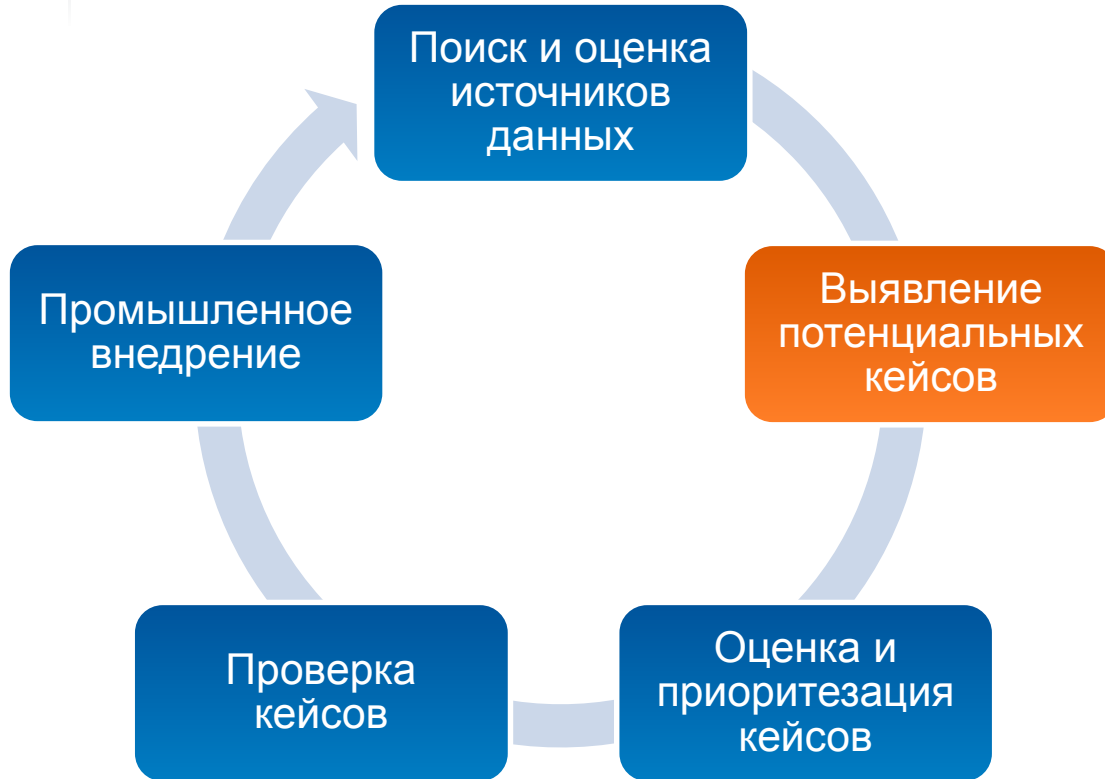
Могут повлиять на решение
об использовании источника

РЕЗУЛЬТАТЫ ГОЛОСОВАНИЯ

Результаты - Вопрос 1

Результаты - Вопрос 2

КОМПОНЕНТЫ УСПЕШНОГО ПРОЕКТА



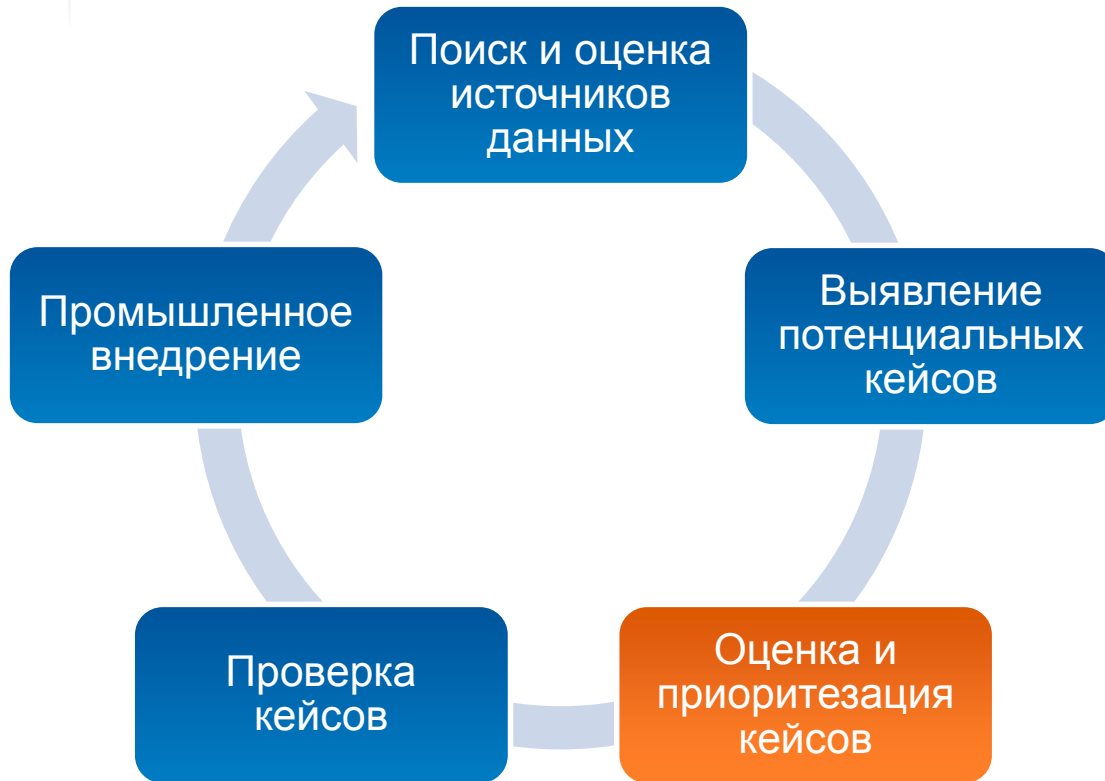
ЭТАП 2. ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЕЙСОВ КАРТА РЕАЛИЗУЕМОСТИ

	Маркетинг (оффлайн)	Маркетинг (сайт)	Риски	Collection
Соцсети	Green	Light Green	Red	Light Green
Колл-центр	Green	Light Green	Light Green	Green
Посещенные сайты	Green	Green	Green	Green
Жалобы на сайте	Green	Green	Red	Red

ЭТАП 2. ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТЕНЦИАЛЬНЫХ КЕЙСОВ КАРТА ВЗАИМОСВЯЗЕЙ



КОМПОНЕНТЫ УСПЕШНОГО ПРОЕКТА



ЭТАП 3. ОЦЕНКА И ПРИОРИТЕЗАЦИЯ КЕЙСОВ

ЦЕЛЬ

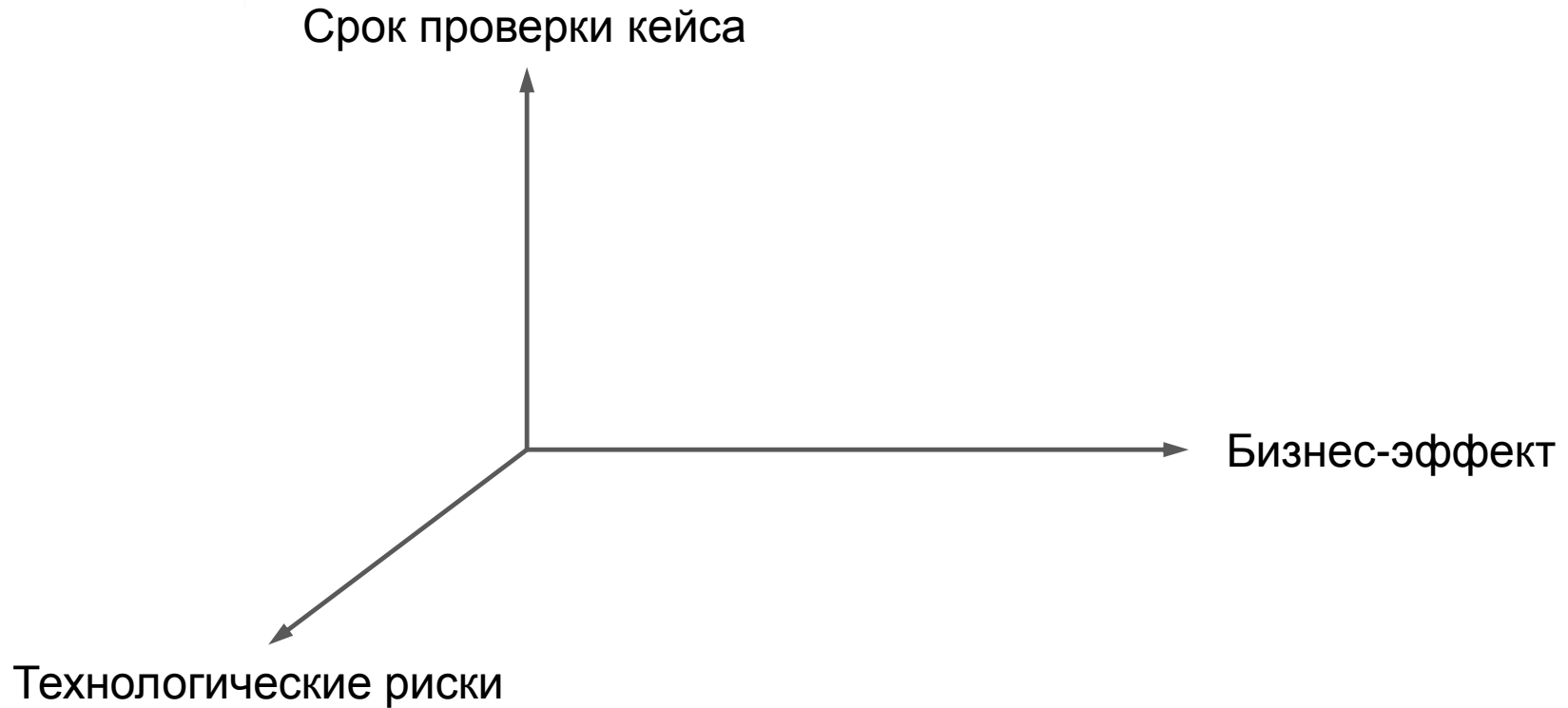
Отобрать наиболее перспективный кейс
для доказательства ценности дополнительной
информации о клиентах

ЭТАП 3. ОЦЕНКА И ПРИОРИТЕЗАЦИЯ КЕЙСОВ

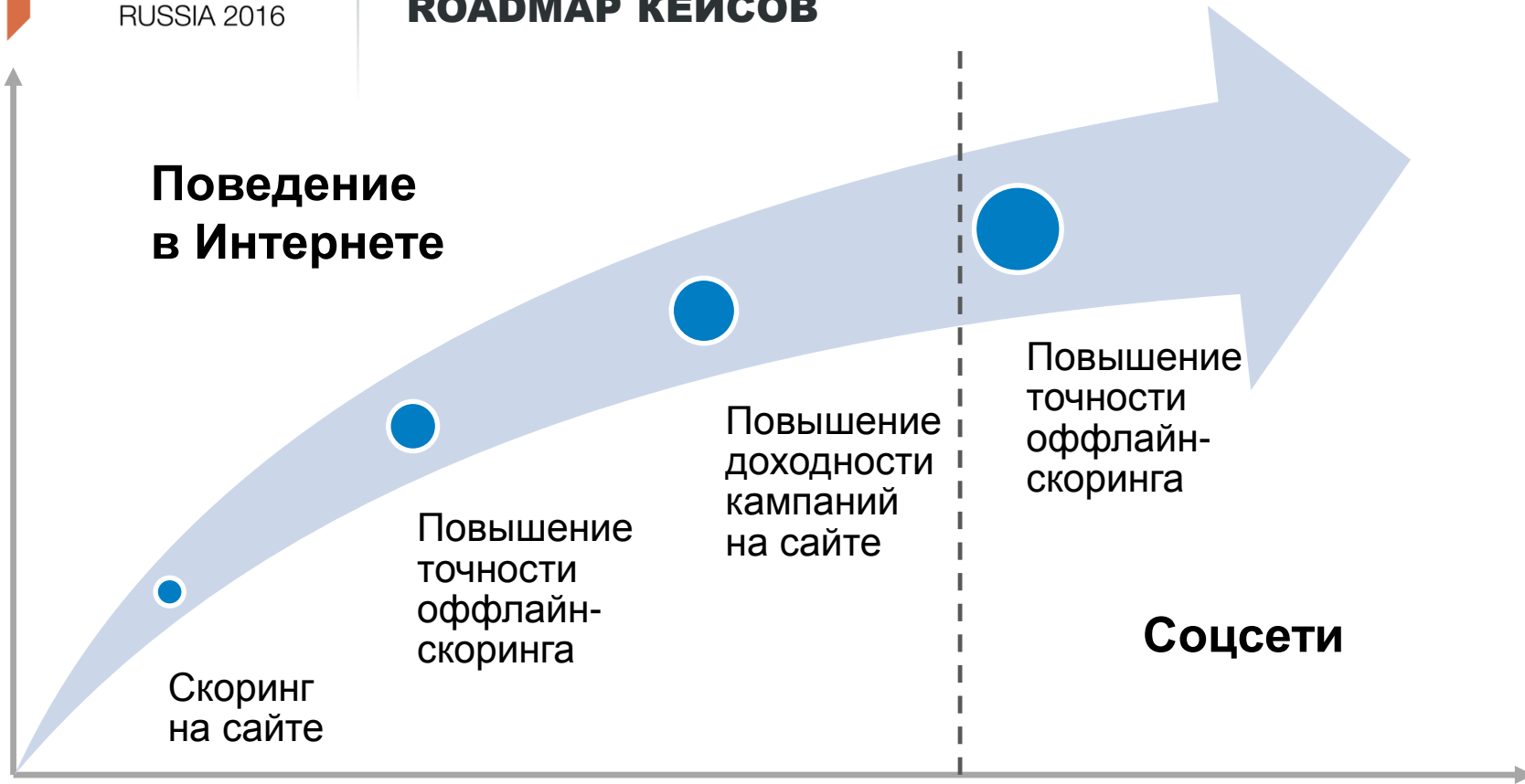
ОЦЕНКА: ДЕТАЛЬНЫЙ РАСЧЕТ ЭФФЕКТА

Параметр	Заявки через Сайт Банка	
	Потребительский кредит	Кредитные карты
Кол-во входящих заявок (шт. в год)	300 000	400 000
Hit Rate источника дополнительной информации по клиентам (%)	80%	80%
Доля людей, приходящих в отделение после заполнения заявки на сайте	25%	30%
Доля плохих (соцдефолтников) среди одобренных (%)	15%	15%
Эффект от увеличения продаж (руб в год)	5 670 000	2 856 000
Суммарный эффект по каналам / продуктам (руб. в год)	46 980 000	11 539 200

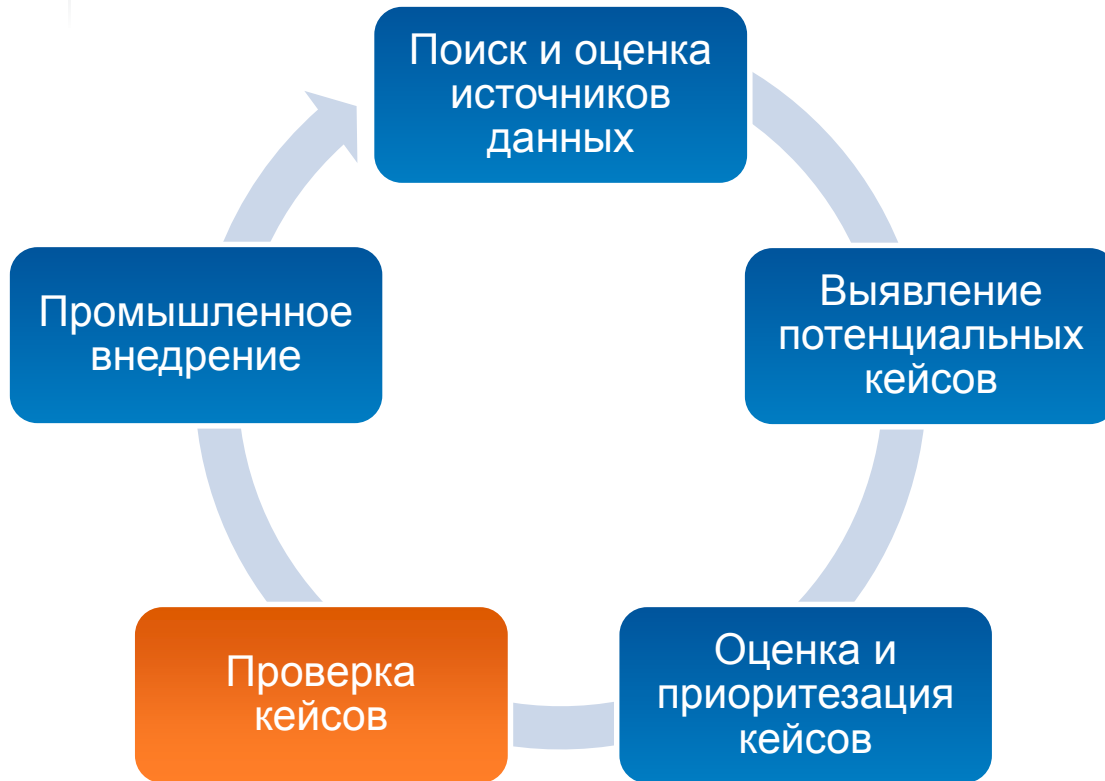
ЭТАП 3. ОЦЕНКА И ПРИОРИТЕЗАЦИЯ КЕЙСОВ ПРИОРИТЕЗАЦИЯ: ПОДВОДНЫЕ КАМНИ



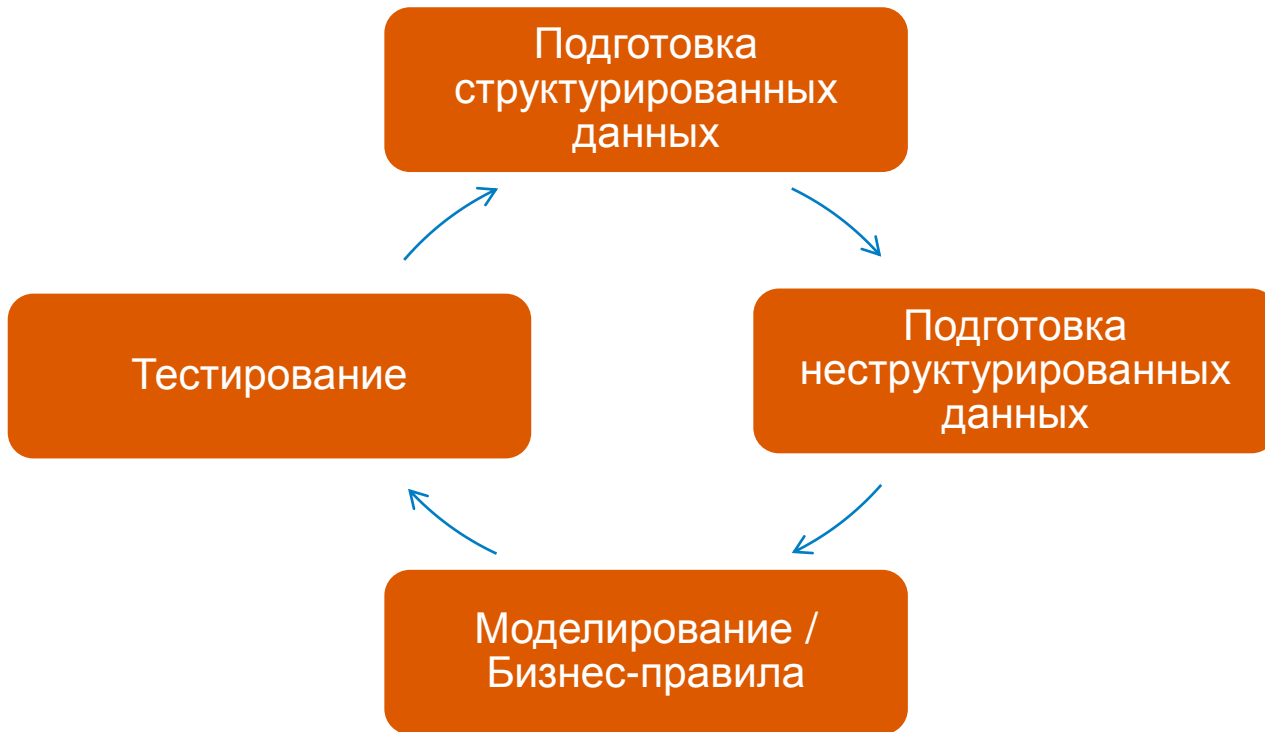
ЭТАП 3. ОЦЕНКА И ПРИОРИТЕЗАЦИЯ КЕЙСОВ ROADMAP КЕЙСОВ



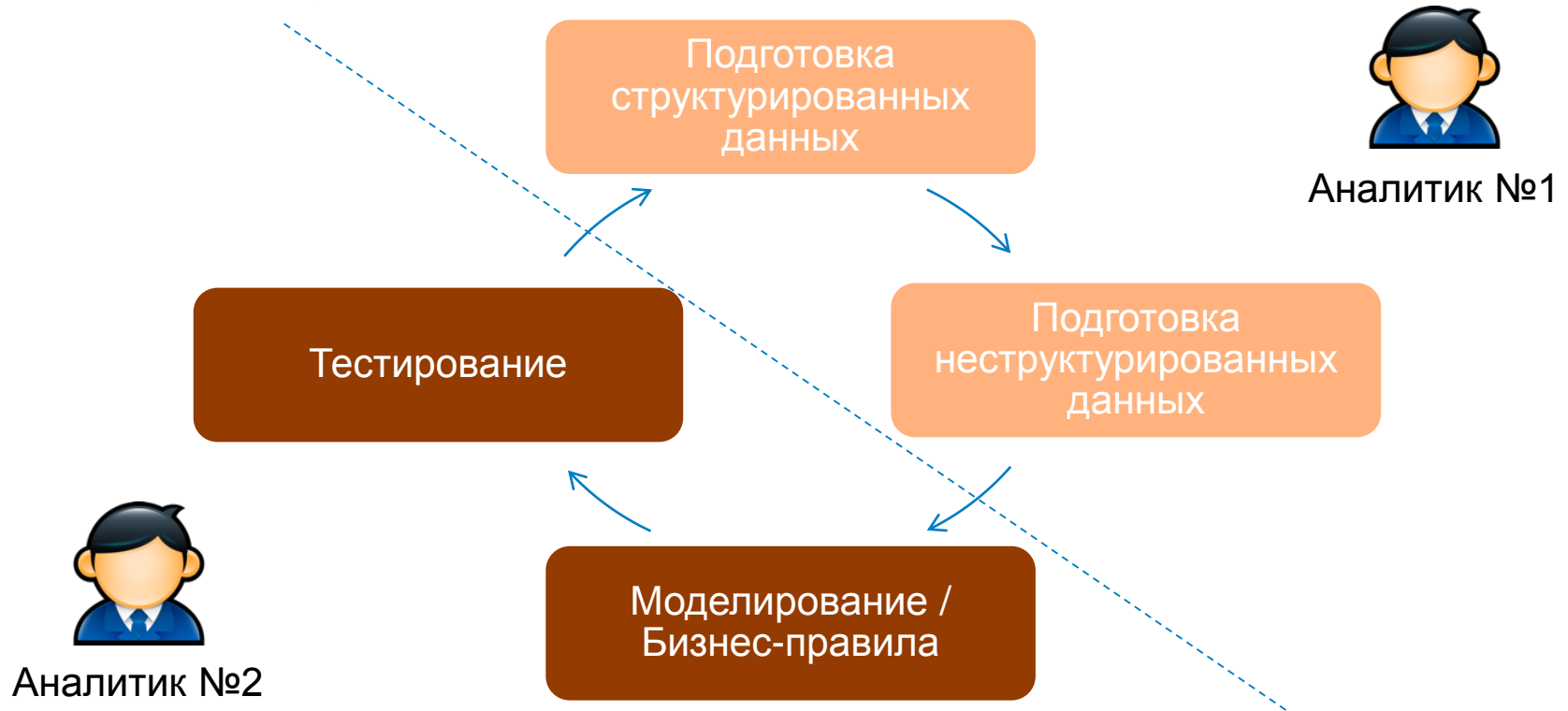
КОМПОНЕНТЫ УСПЕШНОГО ПРОЕКТА BEST PRACTICE



ЭТАП 4. ПРОВЕРКА БИЗНЕС-КЕЙСА ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА

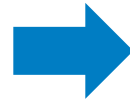


ЭТАП 4. ПРОВЕРКА БИЗНЕС-КЕЙСА ОРГАНИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА



ЭТАП 4. ПРОВЕРКА БИЗНЕС-КЕЙСА ПРОВЕРКА ПРЕДИКТИВНОЙ СИЛЫ НОВЫХ ДАННЫХ

Самостоятельная
предиктивная сила



Добавочная
предиктивная сила

ЭТАП 4. ПРОВЕРКА БИЗНЕС-КЕЙСА ТЕСТИРОВАНИЕ

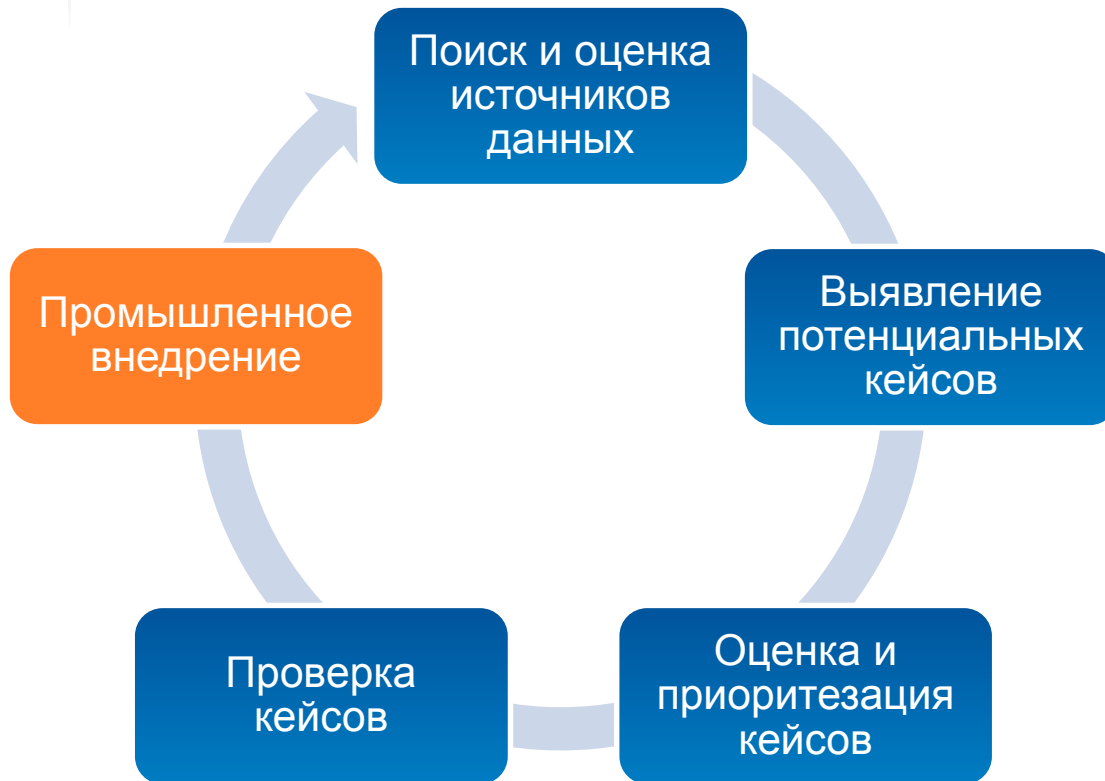
Back Test

Боевой тест

- ✓ Есть исторические данные
- ✓ Долго ждать результаты боевого теста

- ✓ Нет исторических данных
- ✓ Результаты теста за 1-2 мес

КОМПОНЕНТЫ УСПЕШНОГО ПРОЕКТА BEST PRACTICE



ЭТАП 5. ПРОМЫШЛЕННОЕ ВНЕДРЕНИЕ ЧТО НУЖНО УЧИТЫВАТЬ

- ❑ Разные условия при проверке кейса и внедрении
- ❑ Вопросы быстродействия в online
- ❑ Накопление данных во время проверки кейса / внедрения
- ❑ Пересечения с данными из других источников

Спасибо за внимание

