

**КАК
ЛЕРУА МЕРЛЕН
МОНЕТИЗИРУЕТ
СВОИ ДАННЫЕ?**

LEROY MERLIN

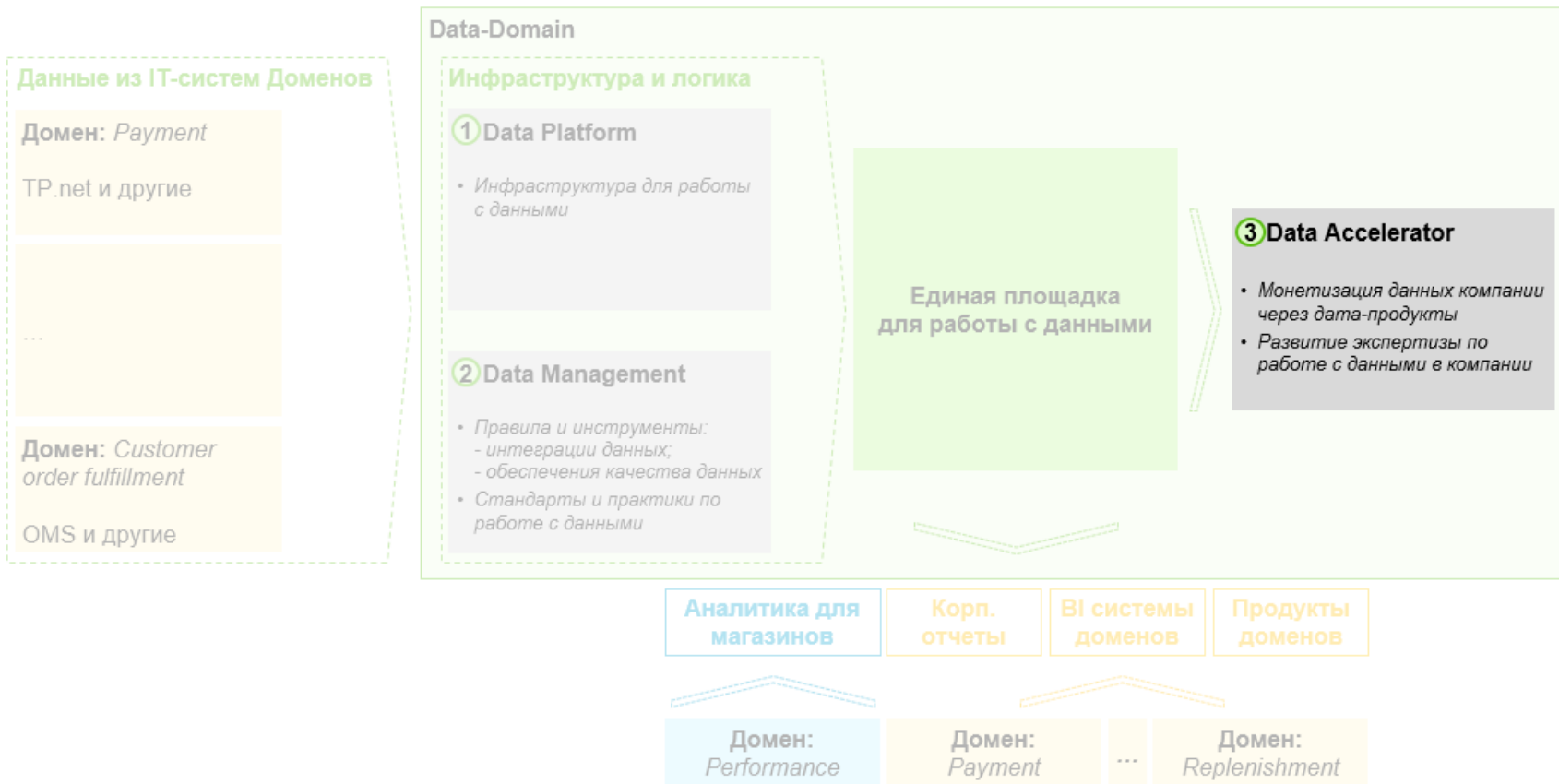
КТО Я?



Владимир Урсу

- 1) **Леруа-Мерлен (2020 – сегодня)**
Руководитель команды «Дата – Акселератор»
- 2) **EY, Advisory, Retail Practice (2012 – 2020)**
Менеджер проектов
Экспертиза: in-store ops, supply chain, commerce, OMNI

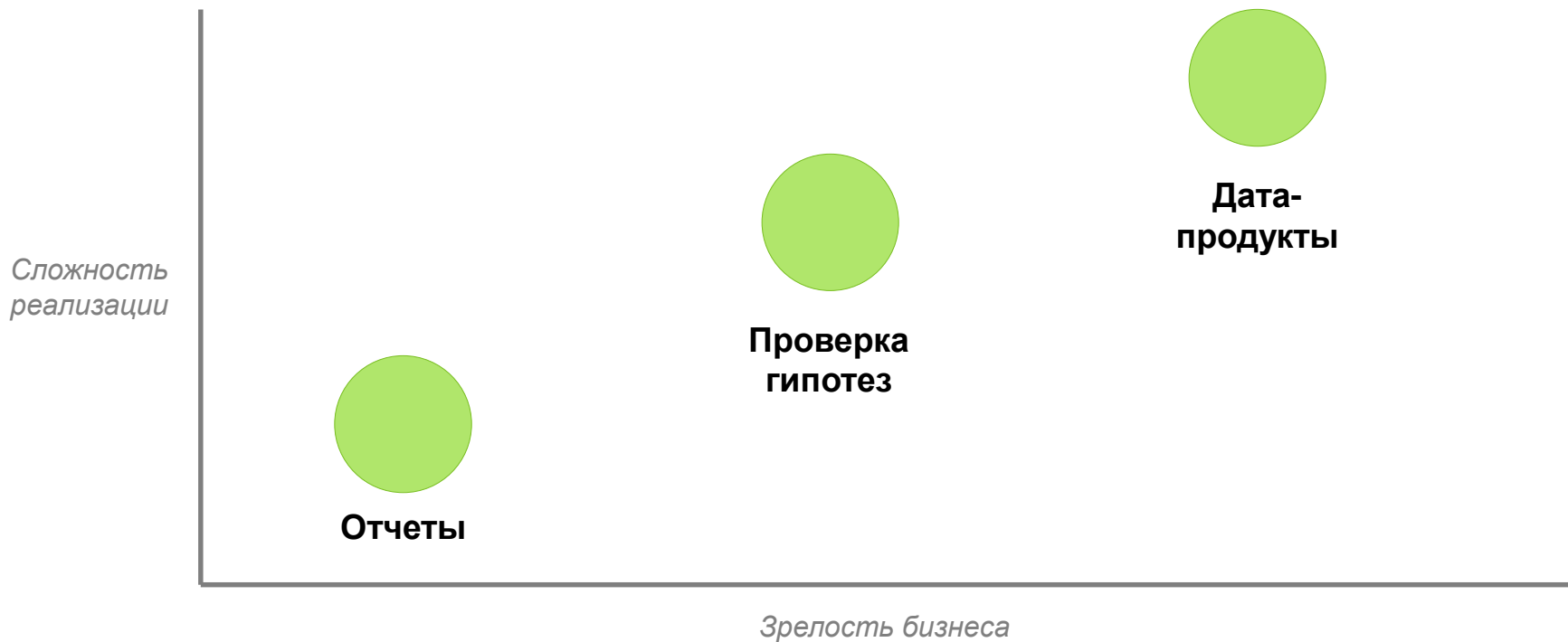
DATA-АКСЕЛЕРАТОР ОТВЕЧАЕТ ЗА МОНЕТИЗАЦИЮ ДАННЫХ И РАЗВИТИЕ ЭКСПЕРТИЗЫ ПО РАБОТЕ С ДАННЫМИ



ПОВЕСТКА

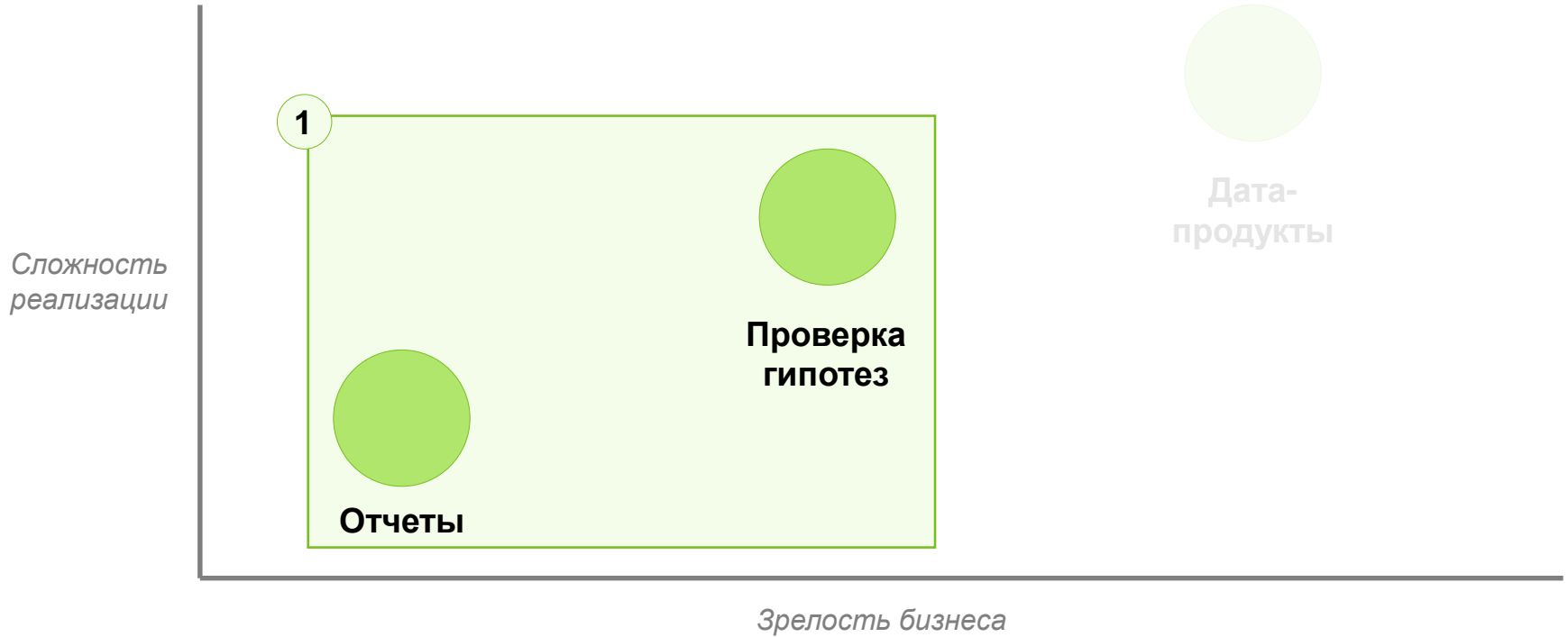
- 1 Способы монетизации данных
- 2 Дата-продукт – это...
- 3 Примеры дата-продуктов
- 4 Ключевой Lesson Learned

ЛЕРУА МЕРЛЕН СЕГОДНЯ «МОНЕТИЗИРУЕТ» СВОИ ДАННЫЕ ТРЕМЯ СПОСОБАМИ



*Техническая – доступность данных, готовность ИТ-систем
Бизнесовая – зрелость процессов и культуры*

ПРИМЕРЫ



Техническая – доступность данных, готовность ИТ-систем
Бизнесовая – зрелость процессов и культуры

РЕЗУЛЬТАТ ДАТА-АУДИТА КУХОНЬ – ЭТО ВОРОНКА ПРОДАЖ НА УРОВНЕ МАГАЗИНА, КАК ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ГИПОТЕЗ

Проблема

Для улучшения опыта клиента в покупке кухни **бизнес-решения принимаются:**

- **без данных конверсии клиентов**
- **экспертно***

Результаты

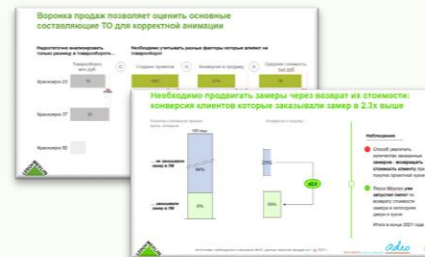
1. Создали аналитический инструмент для расчета воронки продаж на уровне магазина (от inspiration до installation)

2. Сформулировали первые гипотезы с бизнесом и **ретроспективно проверили их на данных**

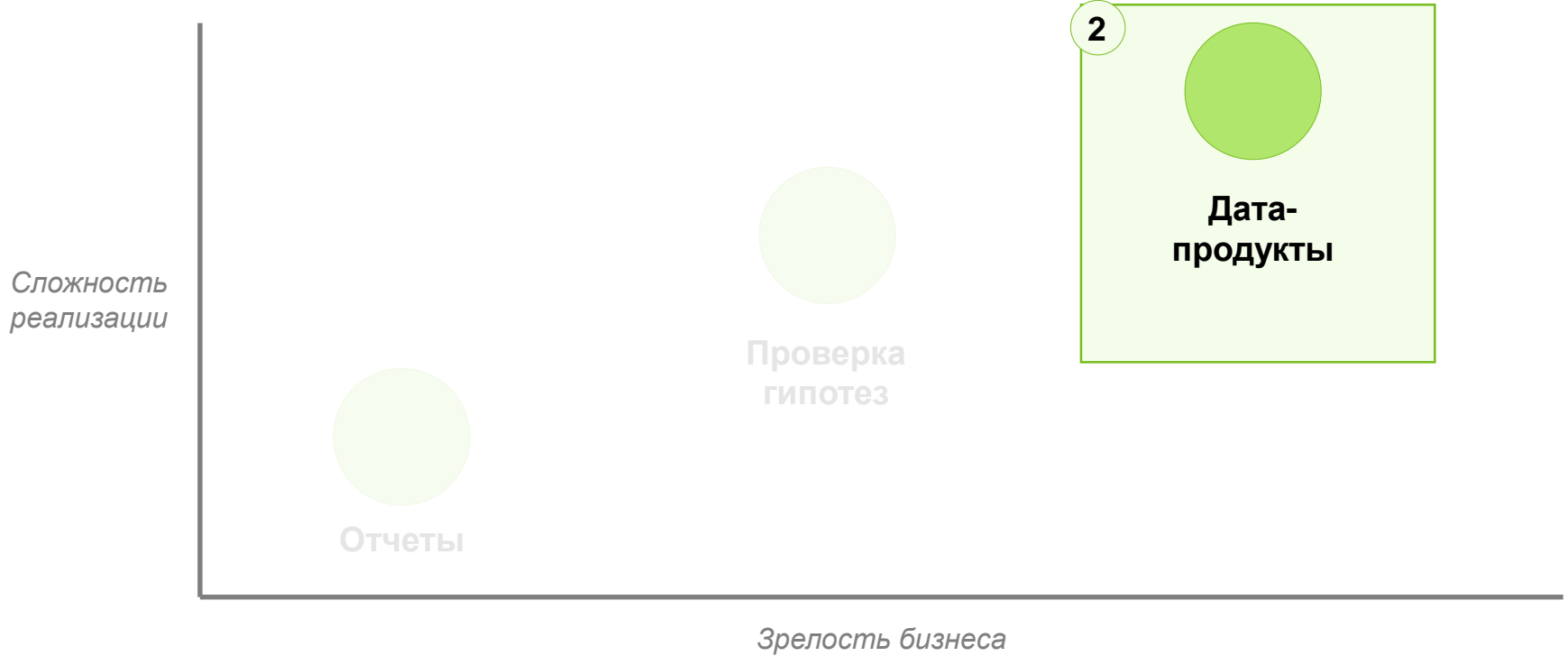
Например: Конверсия в покупку кухни у клиентов с замером из ЛМ в 2 раза выше, чем у остальных клиентов

3. Создали команду в бизнес-домене и запустили регулярный процесс проверки гипотез, вкл. запуск тестов по результатам

4. Настроили процесс по использованию воронки в магазинах

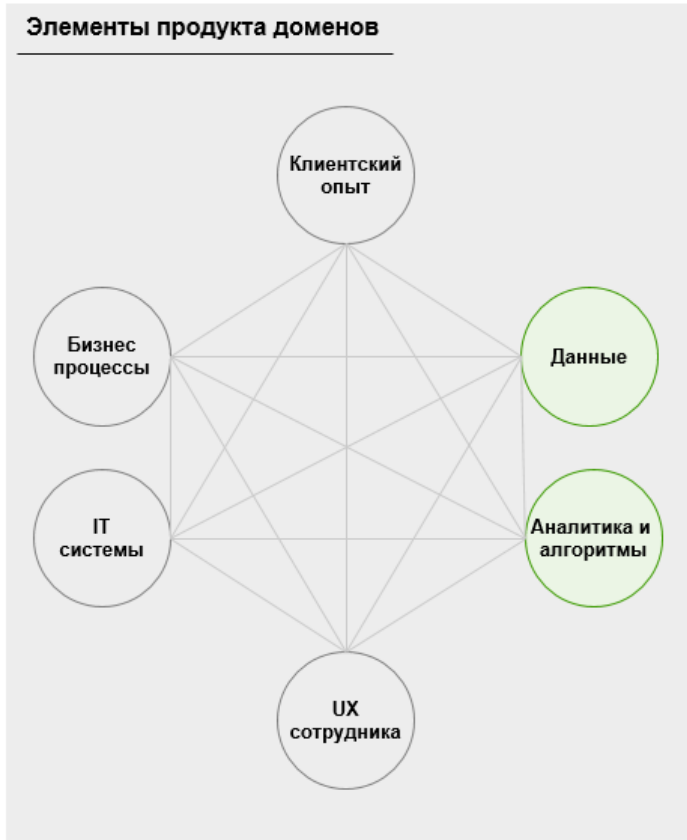


ПРИМЕРЫ



Техническая – доступность данных, готовность ИТ-систем
Бизнесовая – зрелость процессов и культуры

DATA-ПРОДУКТ – ЭТО КОМБИНАЦИЯ ИЗ ML-АЛГОРИТМОВ, БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ, ИХ СОТРУДНИКА, СХ, ИТ-СИСТЕМ



Логика работы дата-продукта



① **Дата-продукт** – это алгоритм или модель, которая **усиливает бизнес-экспертизу через рекомендации на основе данных**, для достижения бизнес-цели (KPI)

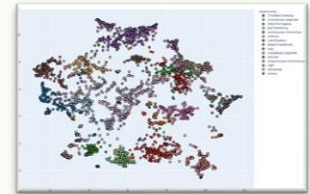
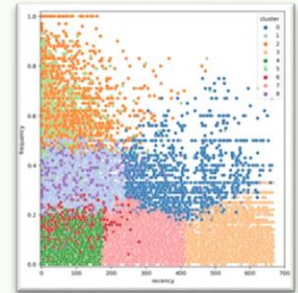
МЫ ПЕРСОНАЛИЗИРОВАЛИ ТОВАРНОЕ ПРЕДЛОЖЕНИЕ И ЧАСТОТУ КОММУНИКАЦИИ ДЛЯ КАЖДОГО КЛИЕНТА В B2B

Проблема

- 1) Только **5% корпоративных клиентов** получают персональные рекомендации
- 2) Есть потенциал увеличения ТО через продажу **дополнительных групп товаров**, подобранных по истории покупок клиента

Подход к решению

- 1) **RFM сегментация** клиентов с учетом: специфики и размера бизнеса; категорийного микса клиента и частоты покупки категорий
- 2) **Создание рекомендации** товарных групп по схожести клиента на свой сегмент
- 3) **Использование рекомендаций** через обзвон клиентов



Пример карточек с рекомендациями (3/6)

Список товаров	Список товаров
Товар 1	Товар 2
Товар 3	Товар 4
Товар 5	Товар 6
Товар 7	Товар 8
Товар 9	Товар 10
Товар 11	Товар 12
Товар 13	Товар 14
Товар 15	Товар 16
Товар 17	Товар 18
Товар 19	Товар 20
Товар 21	Товар 22
Товар 23	Товар 24
Товар 25	Товар 26
Товар 27	Товар 28
Товар 29	Товар 30
Товар 31	Товар 32
Товар 33	Товар 34
Товар 35	Товар 36
Товар 37	Товар 38
Товар 39	Товар 40
Товар 41	Товар 42
Товар 43	Товар 44
Товар 45	Товар 46
Товар 47	Товар 48
Товар 49	Товар 50

Список товаров
Список товаров

ДОКАЗАННЫЙ ЭФФЕКТ ОТ NEXT BEST OFFER B2B +3.5% ПРИРОСТ TO

Воронка звонков клиенту



Конверсия в покупку



ТАКЖЕ ЧЕРЕЗ ДАТА-ПРОДУКТЫ МЫ РЕШИЛИ И РЕШАЕМ СЛЕДУЮЩИЕ БИЗНЕС-ПРОБЛЕМЫ...

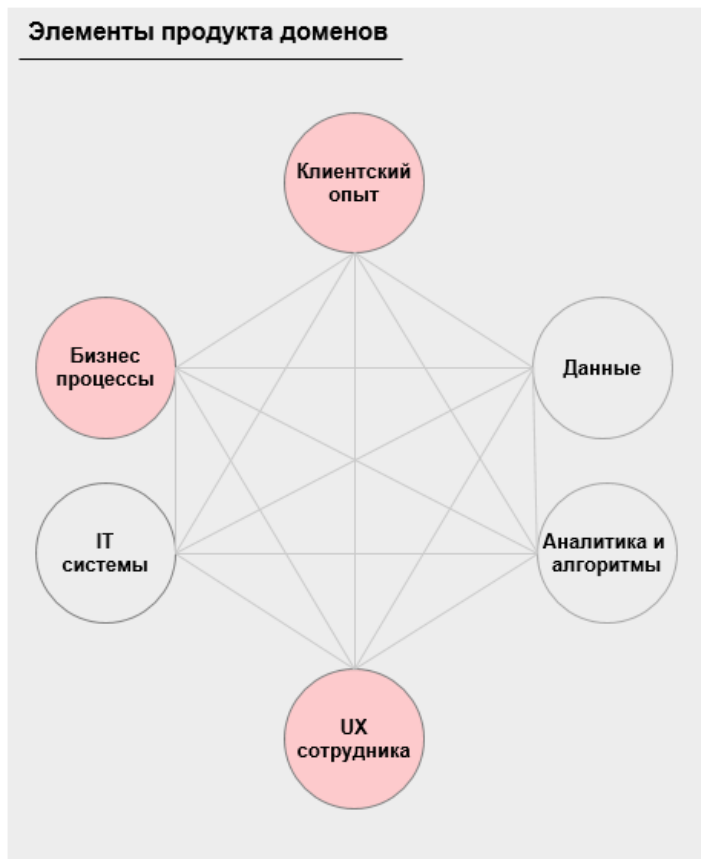
Сделано

- 1) Как выбирать поставщиков для доверительной приемки в магазинах и на Xdock платформе?
- 2) Как распределить ассортимент и запасы между магазинами для сокращения среднего пробега доставки клиентского заказа?
- 3) Как прогнозировать online продажи для формирования ассортимента dark-store'a?
- 4) Как структурировать и автоматизировать процесс продажи комплементарных товаров для B2B в магазине?
- 5) Как персонализировать товарное предложение и частоту коммуникаций с B2B клиентами?

В процессе

- 1) Как выбрать оптимальный способ доставки товара от поставщика в магазин и максимизировать логистический бонус?
- 2) Как систематизировать процесс поиска новых лидов в B2B и приоритезировать этих лидов для менеджера?
- 3) Как сократить % ручных операций в контактном центре ?
- 4) Как оценивать потенциал продажи категории в зоне охвата магазина и использовать результаты в привлечении новых лидов?

КЛЮЧЕВОЙ УРОК – «ДАННЫЕ И МАТЕМАТИКА – ЭТО ХОРОШО. БЕЗ ПРОЦЕССОВ И СХ/УХ НИЧЕГО НЕ ВЗЛЕТИТ»



Логика работы дата-продукта



① **Дата-продукт** – это алгоритм или модель, которая **усиливает бизнес-экспертизу через рекомендации на основе данных**, для достижения бизнес-цели (KPI)

**СПАСИБО
ЗА ВНИМАНИЕ**

LEROY MERLIN