

РЕШЕНИЕ ЗАДАЧИ ОПТИМИЗАЦИИ В МАРКЕТИНГЕ С ПРИМЕНЕНИЕМ СКВОЗНОЙ АНАЛИТИКИ И ТЕХНОЛОГИИ СИП

Сиверт Д.К.¹, Терзи В.Л.¹, Пицхелаури С.С.¹

¹) Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н.

Ельцина

E-mail: dmitry.sivert@urfu.me

OPTIMIZATION PROBLEM SOLVING IN MARKETING WITH THE APPLICATION OF CROSS-CHANNEL ANALYTICS AND SIP TECHNOLOGY

Sivert D.K.¹, Terzi V.L.¹, Pitskhelaury S.S.¹

¹) Ural Federal University named after the First President of Russia B. N. Yeltsin

The task is to analyze the impact of advertising and customers using cross-channel analytics. The SIP provides insight into user-brand interactions, helping you make accurate decisions to improve competitiveness and growth strategies, and effectively optimize marketing decisions.

Исследование посвящено изучению эффективности оценивания маркетинговых стратегий на базе компании “К-Телеком”. В связи с наличием большого объема разносторонней информации возникает вопрос влияния рекламных кампаний и качества взаимодействия клиентов на формирование оптимизационного вектора маркетинговых решений[1].

В рамках исследования проведено отслеживание пользовательских путей, интеграция данных из CRM-/ERP-систем[2], анализ ключевых моментов взаимодействия с потребителями. Рассмотрены следующие показатели: взаимодействия пользователей с брендом, наиболее значимые для конверсии; пользовательский опыт для выявления узких мест в потоке привлечения и взаимодействия с клиентами; изучение временных рамок и способов взаимодействия, имеющих наибольшее значение для успешного привлечения и удержания клиентов.

Данные для анализа получены из внутренних источников компании "К-Телеком", включая базы данных о рекламных кампаниях, информацию о взаимодействии с клиентами из CRM- и ERP-систем, а также отзывы и обратная связь от пользователей. Эта многогранная информация предоставила комплексное представление о влиянии различных факторов на эффективность маркетинговых стратегий.

На основе проведенного исследования можно сделать выводы о наиболее эффективном использовании методов сквозной аналитики для оптимизации маркетинговых стратегий. Они позволяют компании более эффективно привлекать, удерживать и развивать клиентскую базу, что в свою очередь приводит к повышению конкурентоспособности и финансового роста.

Особенность нашего подхода заключается в разработке методов улучшения точности и надежности результатов через использование сквозной аналитики и технологии Системных Интегрированных Подсказчиков (СИП) [3]. Система не ограничивается ручной аналитикой как стартовой частью работы, а стремится обучить систему предоставлять ценные подсказки в сложившихся ситуациях.

1. Roistat [Электронный ресурс]: - система сквозной бизнес-аналитики. - режим доступа к сайту.: <https://roistat.com/ru/>
2. КАЗАКОВА А.Н.1, ФАЙЗУЛЛИНА А.Г. "КОНЦЕПЦИЯ CRM И CRM СИСТЕМЫ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ" научная статья 2016г. ЖУРНАЛ: СИМВОЛ НАУКИ: МЕЖДУНАРОДНЫЙ НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ; URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25398223>
3. Oracle [Электронный ресурс]: - цифровой помощник. - режим доступа к сайту.: <https://www.oracle.com/>