

# MARS

## ТОП ИДЕЙ ДЛЯ ПРИМЕНЕНИЯ ML К ОТДЕЛУ ПРОДАЖ

Использование ML в отделе продаж может значительно улучшить процессы, оптимизировать стратегии и повысить эффективность.

# ПРОГНОЗИРОВАНИЕ СПРОСА НА ОСНОВЕ ИСТОРИЧЕСКИХ ДАННЫХ

## Прогнозирование спроса на товары

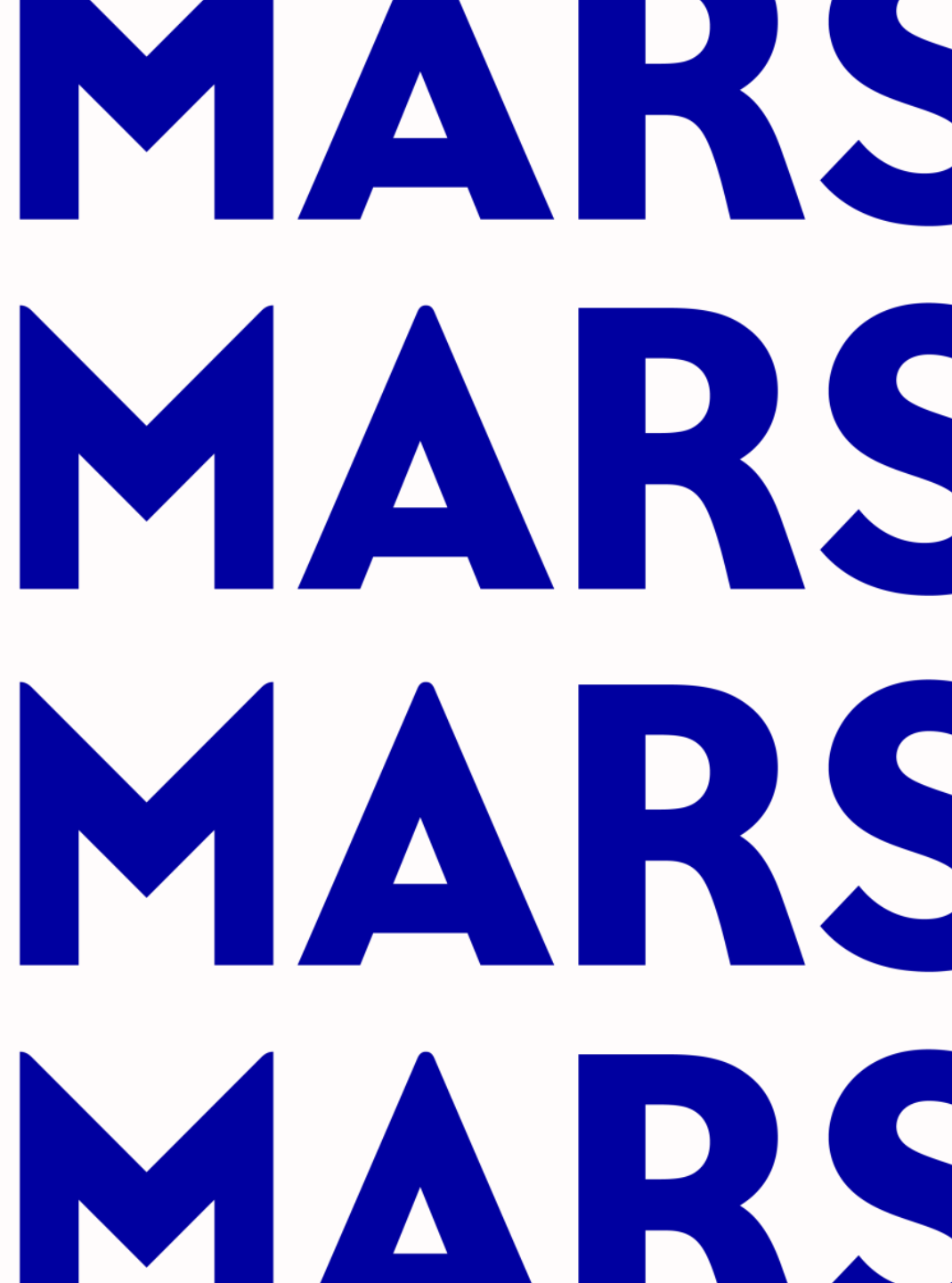
Машинное обучение позволяет на основе исторических данных по продажам прогнозировать спрос на товары в зависимости от сезона, праздников, цен и других факторов, что помогает эффективно планировать закупки и не допускать дефицита или излишков на складе. Отдел продаж сможет управлять запасами, заказывая необходимое количество товаров заранее, чтобы предотвратить вышеописанные проблемы.

## Оптимизация ассортимента и ценообразования

С помощью машинного обучения на исторических данных можно оптимизировать ассортимент товаров и ценообразование, учитывая спрос потребителей и прибыльность товаров, что позволяет увеличить обороты продаж.

## Технологии ML:

Алгоритмы временных рядов, нейронные сети, анализ Big Data, методы машинного обучения, основанные на деревьях решений, алгоритмы кластеризации.



# АВТОМАТИЗАЦИЯ СЕГМЕНТАЦИИ КЛИЕНТОВ И ПЛАНИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ КАМПАНИЙ



## Автоматизация сегментации клиентской базы

Машинное обучение позволяет проанализировать большие массивы данных о клиентах и автоматически выделить наиболее перспективные сегменты рынка для целевой рекламы и продвижения товаров.



## Персонализированные предложения для клиентов

На основании истории покупок и демографических данных система ML может подбирать персонализированные предложения о товарах, которые наиболее вероятно заинтересуют конкретного клиента.



## Анализ поведения клиентов в реальном времени

Применение машинного обучения для анализа поведения клиентов в интернет-магазине и на сайте в реальном времени позволит лучше понимать их потребности и предпочтения.



## Оптимизация маркетинговых кампаний

Прогнозирование спроса позволяет определить периоды повышения спроса на определенные товары. Это поможет отделу продаж разрабатывать и запускать маркетинговые кампании и акции.



## **ЧАТ-БОТЫ И ВИРТУАЛЬНЫЕ АССИСТЕНТЫ ДЛЯ ПОДДЕРЖКИ КЛИЕНТОВ**

### **Персонализация предложений для клиентов**

Использование машинного обучения позволит чат-боту на основе истории предыдущих диалогов с клиентом подбирать наиболее релевантную и полезную информацию для конкретного человека, учитывая его интересы и нужды.

### **Автоматизация ответов на частые вопросы**

Обучение нейронной сети на большом массиве данных о предыдущих звонках в службу поддержки позволит автоматизировать ответы на часто задаваемые вопросы клиентов и разгрузить операторов.

### **Анализ тональности диалога с клиентом**

Анализ эмоциональной окраски диалога с помощью нейронных сетей позволит чат-боту в реальном времени оценивать удовлетворенность клиента и своевременно переводить коммуникацию в более позитивное русло при возникновении недовольства или недопонимания.

# АНАЛИЗ ТОНАЛЬНОСТИ ОТЗЫВОВ О ПРОДУКЦИИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ

## Анализ тональности отзывов в социальных сетях

Машинное обучение позволяет проанализировать тысячи отзывов о продукции компании в социальных сетях и выделить положительные, нейтральные и негативные, а также автоматически группировать отзывы по темам, выявляя сильные и слабые стороны продукта.

## Выявление негативных упоминаний о продукте

С помощью нейронных сетей можно обучить алгоритм распознавать эмоциональную окраску текстов отзывов и выделять жалобы и предложения по улучшению продукта, что позволит оперативно реагировать на потребности клиентов.

## Мониторинг репутации бренда в интернете

Машинное обучение на больших массивах данных о предыдущих отзывах позволяет автоматизировать мониторинг социальных сетей в реальном времени и выявлять появление новых трендов и тем в обсуждении продукции, оперативно реагируя на мнение аудитории.

MARS



# СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

Dinara Aksenova  
aaa.din@inbox.ru

