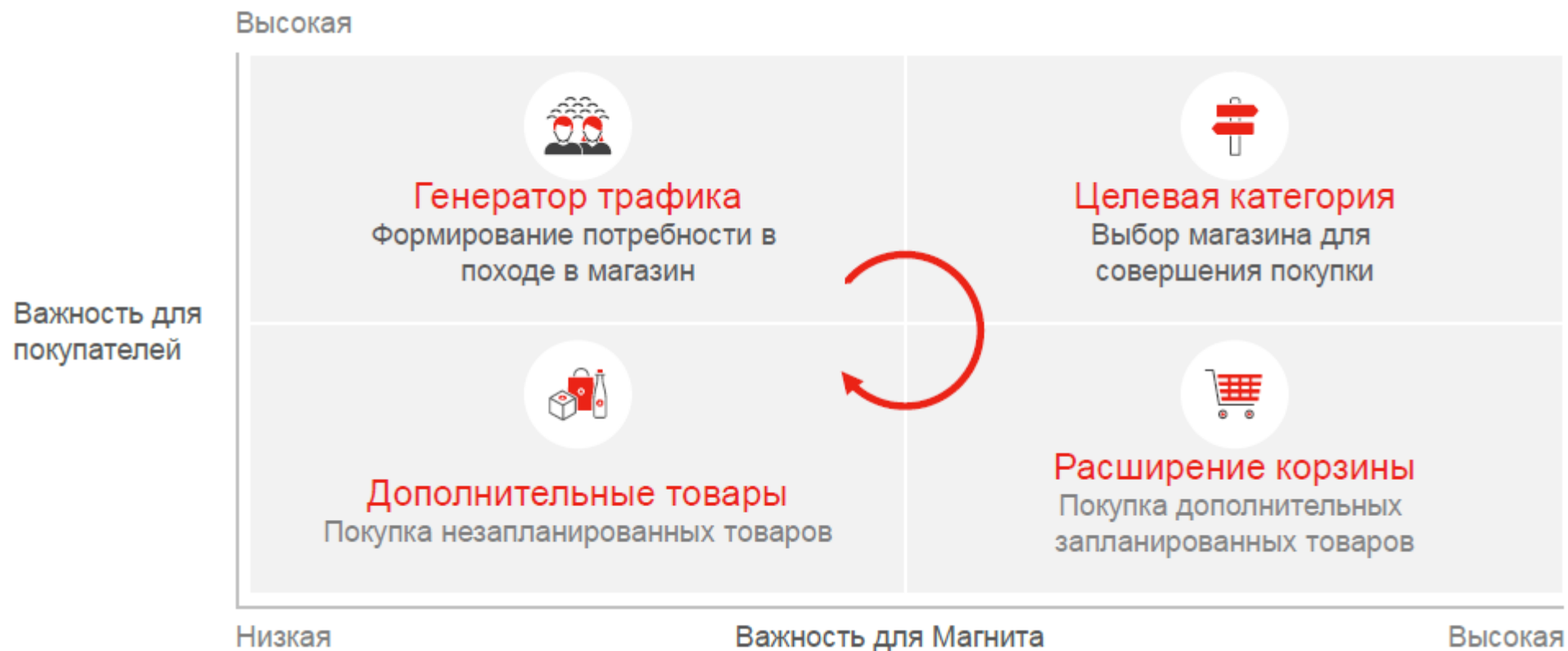


ПРОМО И РЕКЛАМА (МОДЕЛЬ ОТКЛИКА)



HEAD OF CVM @ MAGNIT
SELEZNEV A.A.

ЦИКЛ ЛОЯЛЬНОСТИ – СТРАТЕГИЯ

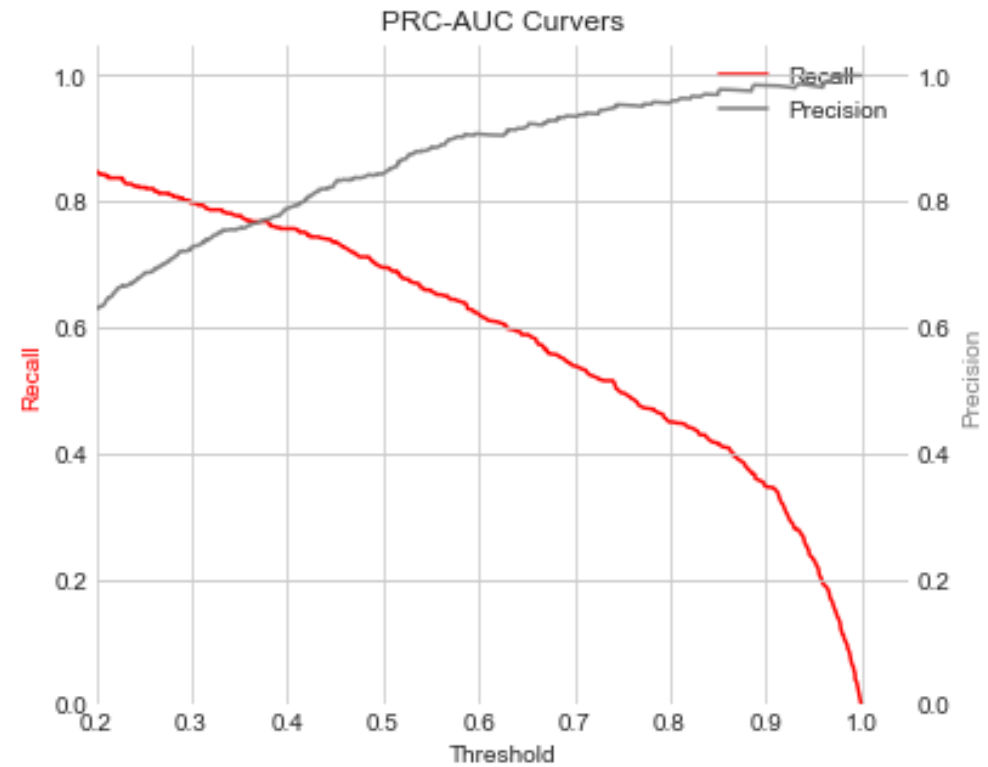


ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ



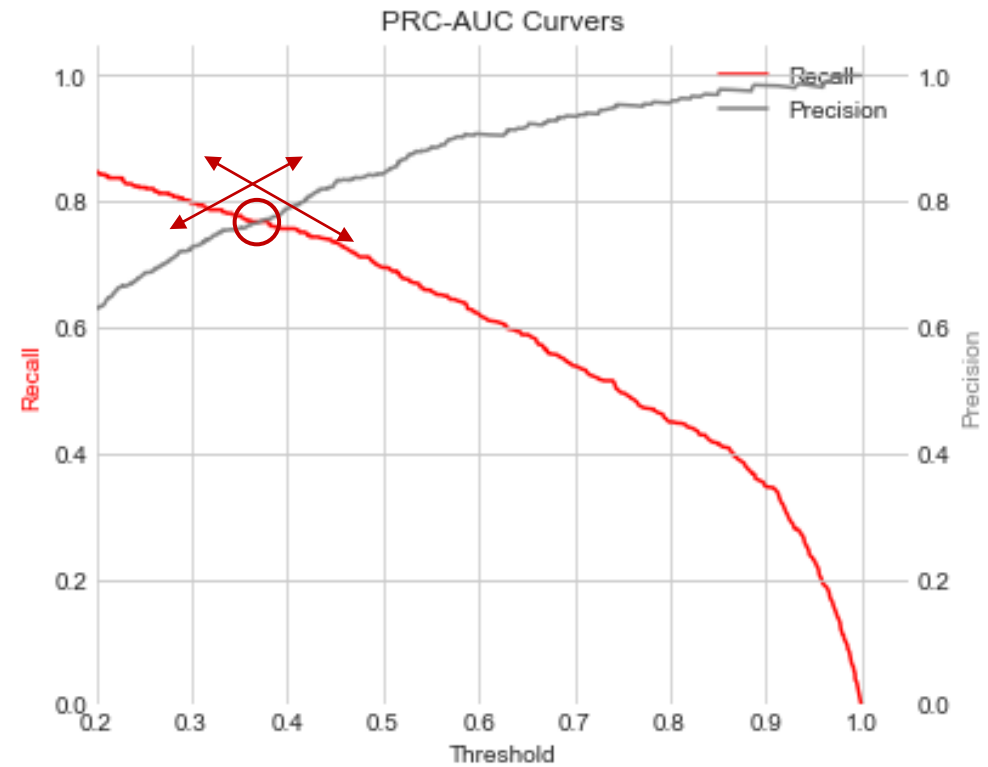
ПОЛНОТА/ТОЧНОСТЬ ОТКЛИКА

1. Максимизация выгоды с охваченной покупательской аудиторией



ПОЛНОТА/ТОЧНОСТЬ ОТКЛИКА

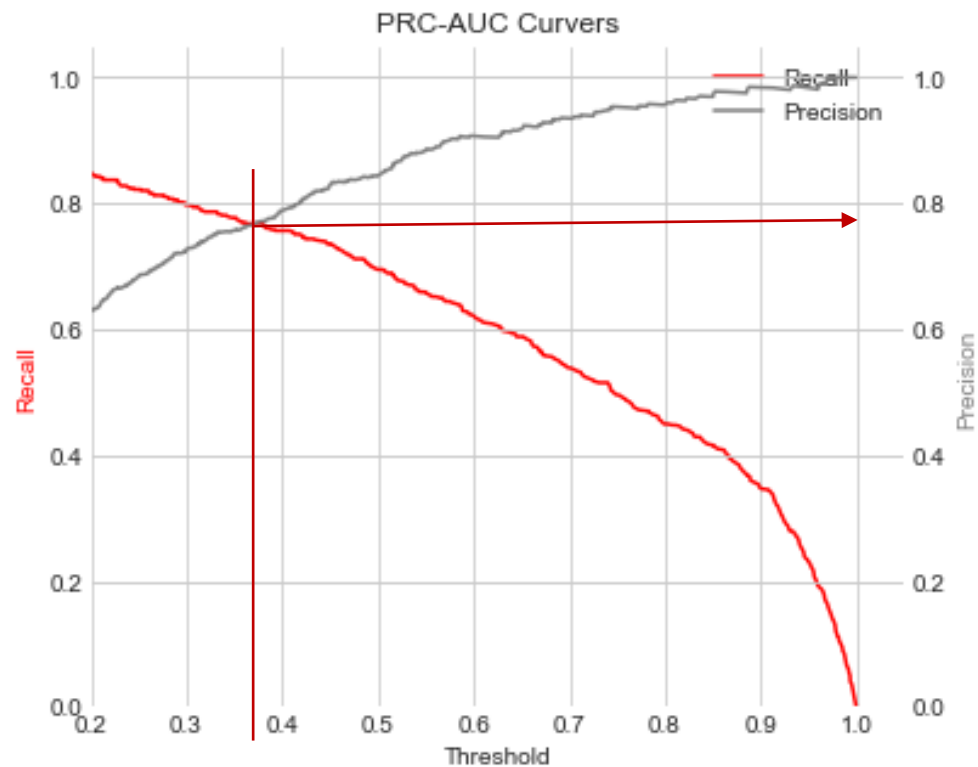
1. Максимизация выгоды с охваченной покупательской аудиторией



ЦЕННОСТЬ ОТКЛИКА

1. Максимизация выгоды с охваченной покупательской аудитории
2. Возможность определить будущую выгоду до запуска

$V = \text{вероятность отклика (ЦГ)} * (\text{цена отклика} - \text{стоимость промо})$



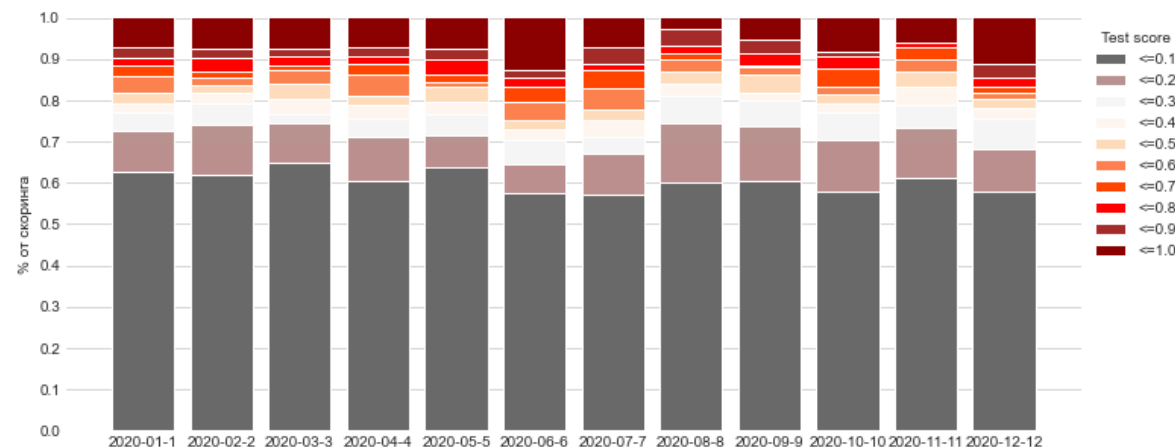
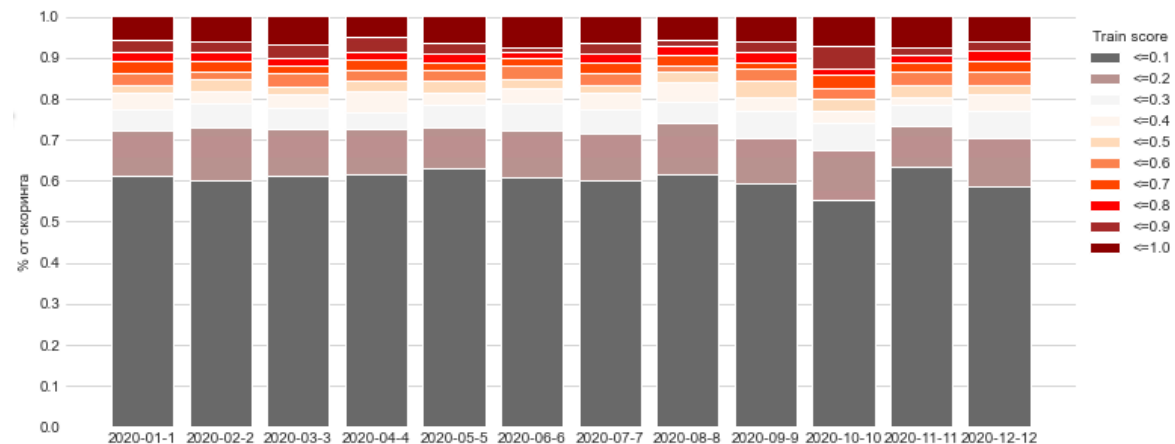
ЦЕННОСТЬ ОТКЛИКА

1. Максимизация выгоды с охваченной
покупательской аудиторией

2. Возможность определить будущую выгоду до запуска

$V = \text{вероятность отклика (ЦГ)} * (\text{цена отклика} - \text{стоимость промо})$

3. Стабильность модели



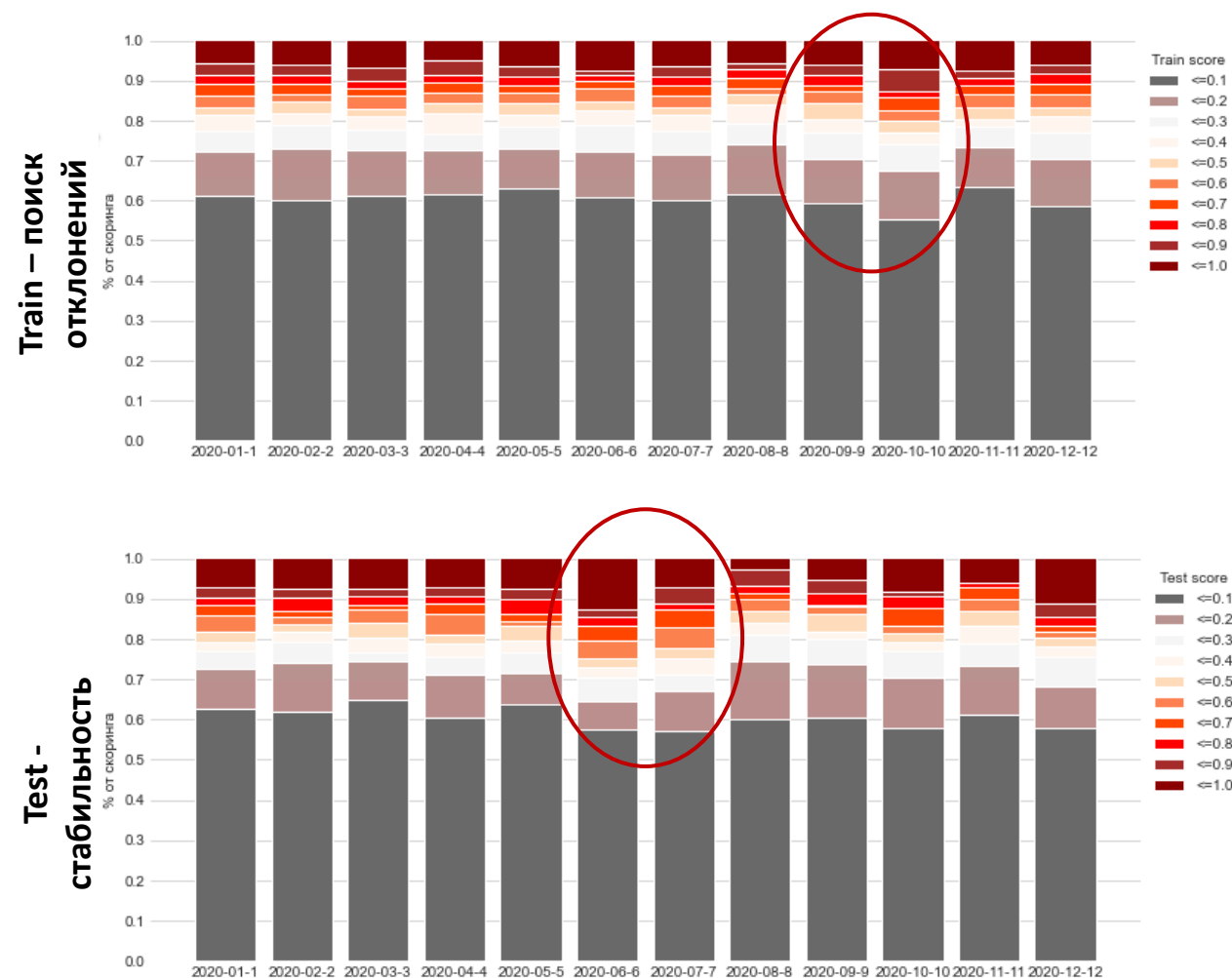
ЦЕННОСТЬ ОТКЛИКА

1. Максимизация выгоды с охваченной
покупательской аудиторией

2. Возможность определить будущую выгоду до запуска

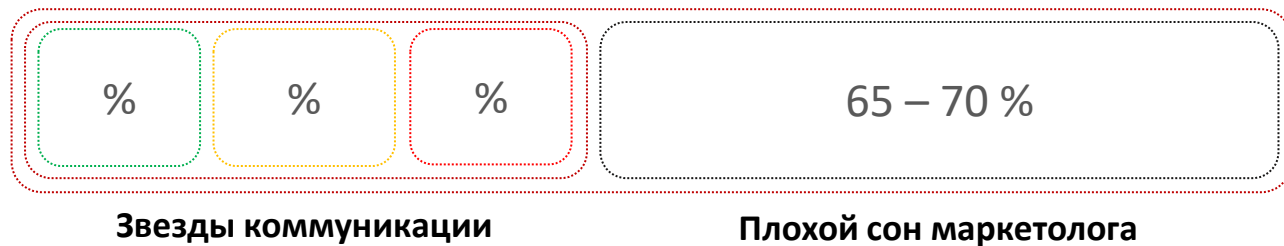
$V = \text{вероятность отклика (ЦГ)} * (\text{цена отклика} - \text{стоимость промо})$

3. Стабильность модели / поиск отклонений



КЛИЕНТЫ

1. Все покупатели не нужны
(во время обучения – 100%, а дальше на свой страх и риск)

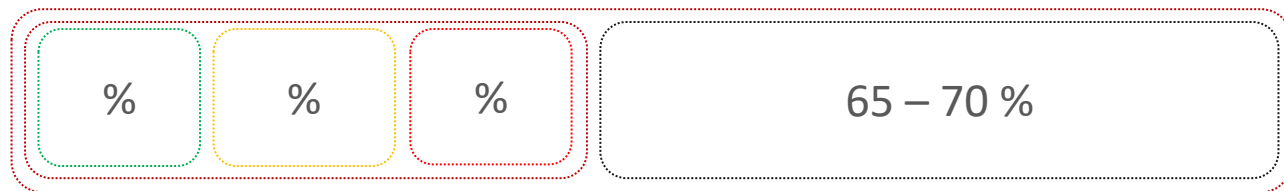


КЛИЕНТЫ

1. Все покупатели не нужны
(во время обучения – 100%, а дальше на свой страх и риск)

Можно отбирать:

- CLTV
- Monetary
- Marginality
- Кол-во покупок



Звезды коммуникации

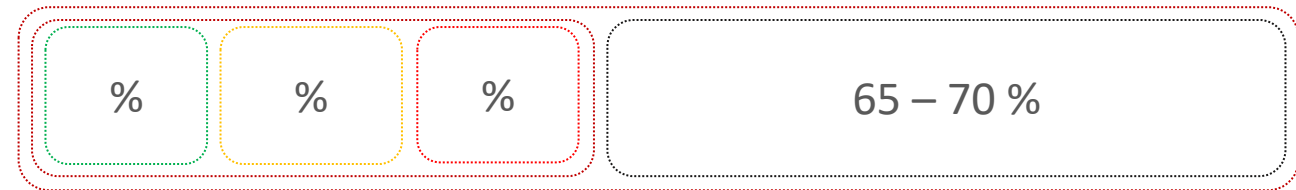
Плохой сон маркетолога

КЛИЕНТЫ

1. Все покупатели не нужны
(во время обучения – 100%, а дальше на свой страх и риск)

Можно отбирать:

- CLTV
- Monetary (и по категориям)
- Marginality
- Кол-во покупок



Звезды коммуникации

Плохой сон маркетолога

Лучше не отбирать:

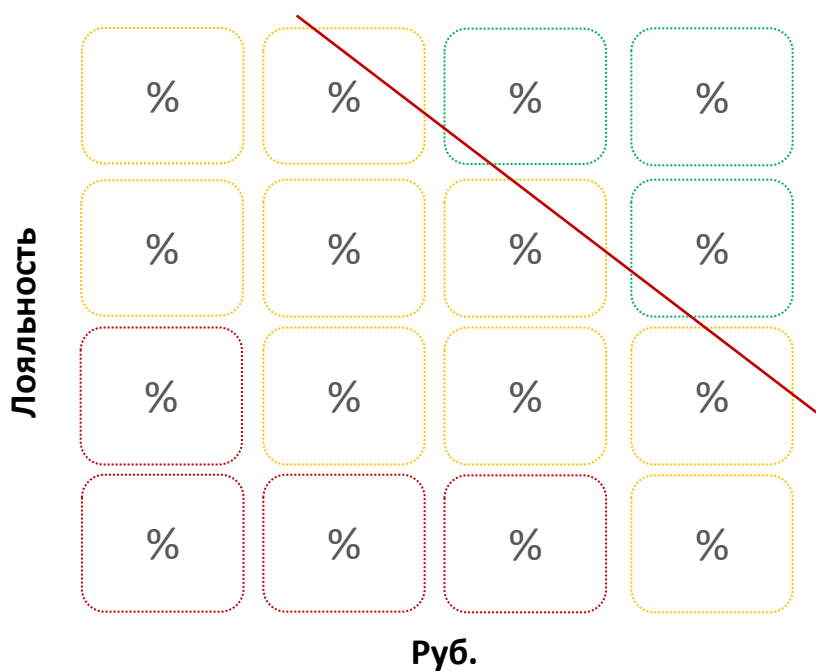
- NPS
- Отклик в акцию
- % скидки (любимый)

КЛИЕНТЫ

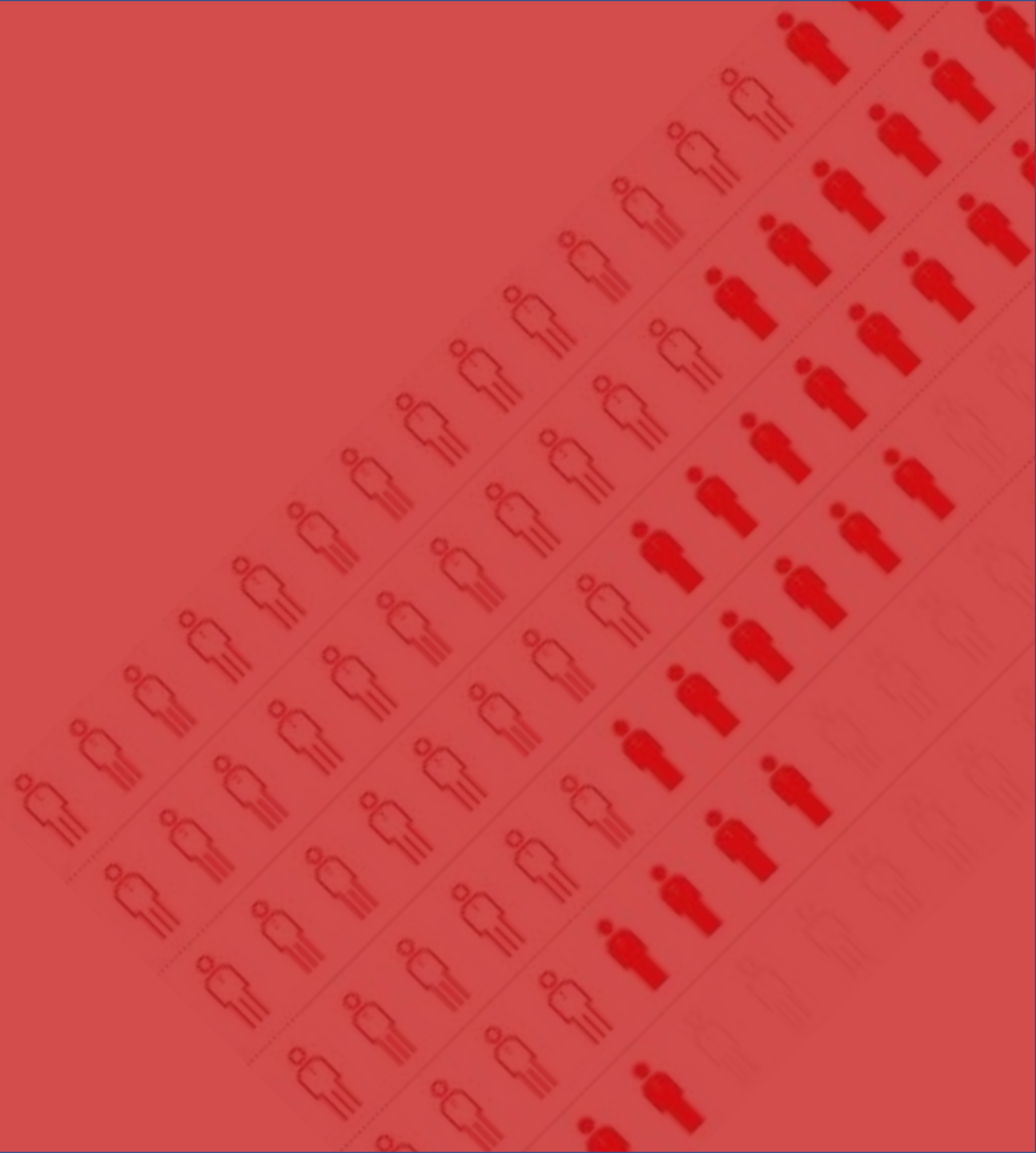
1. Все покупатели не нужны

Лучше не отбирать:

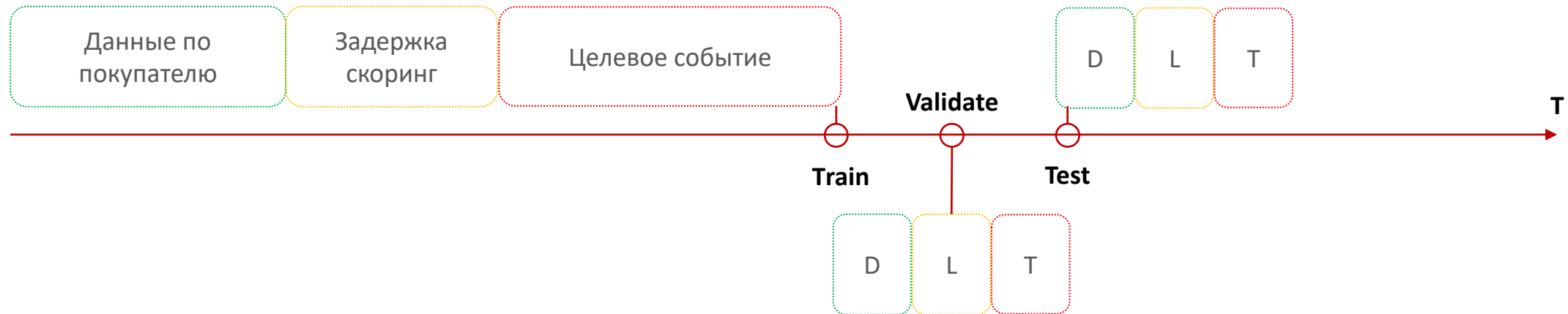
- NPS
- Отклик в акцию
- % скидки (любимый)



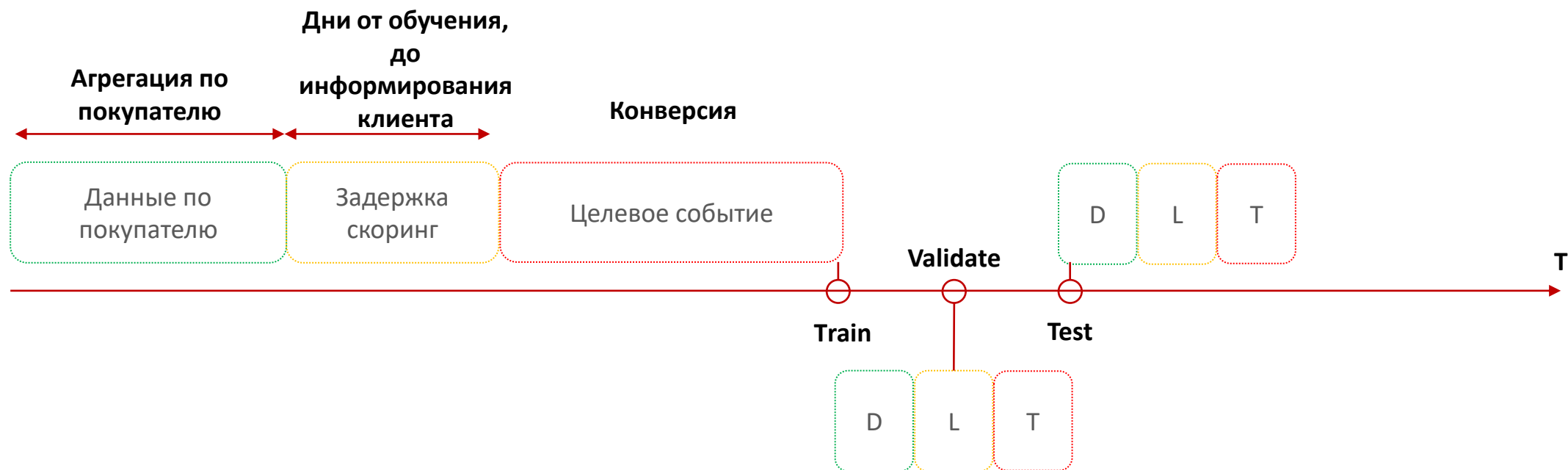
LOOK-ALIKE



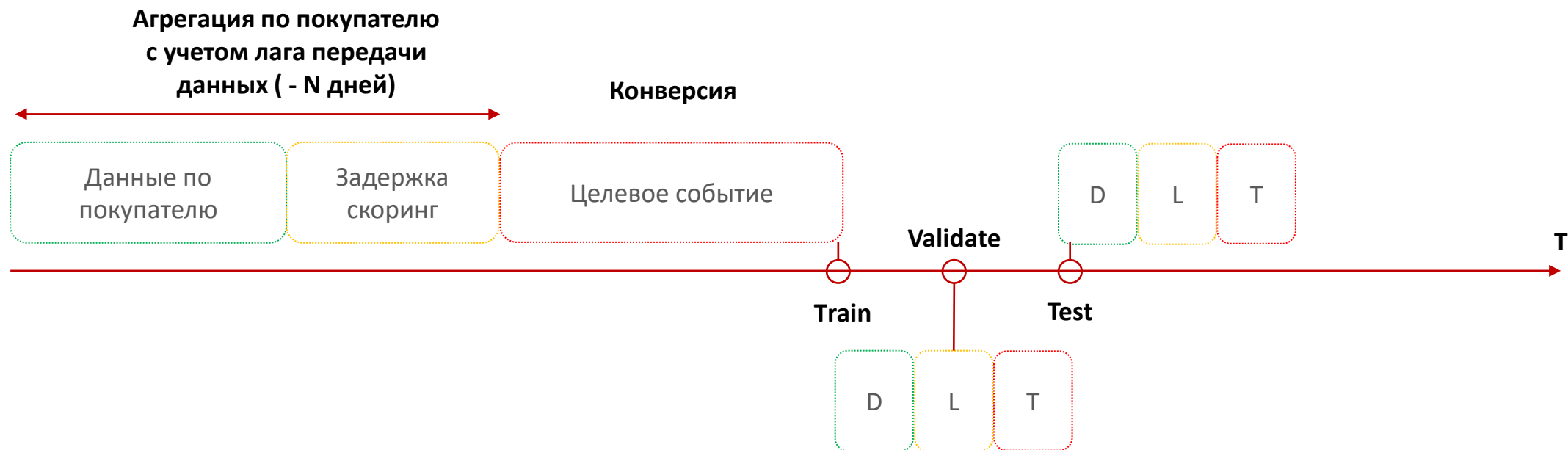
ПРАВИЛЬНО ЛИ ОПРЕДЕЛЯЕМ?



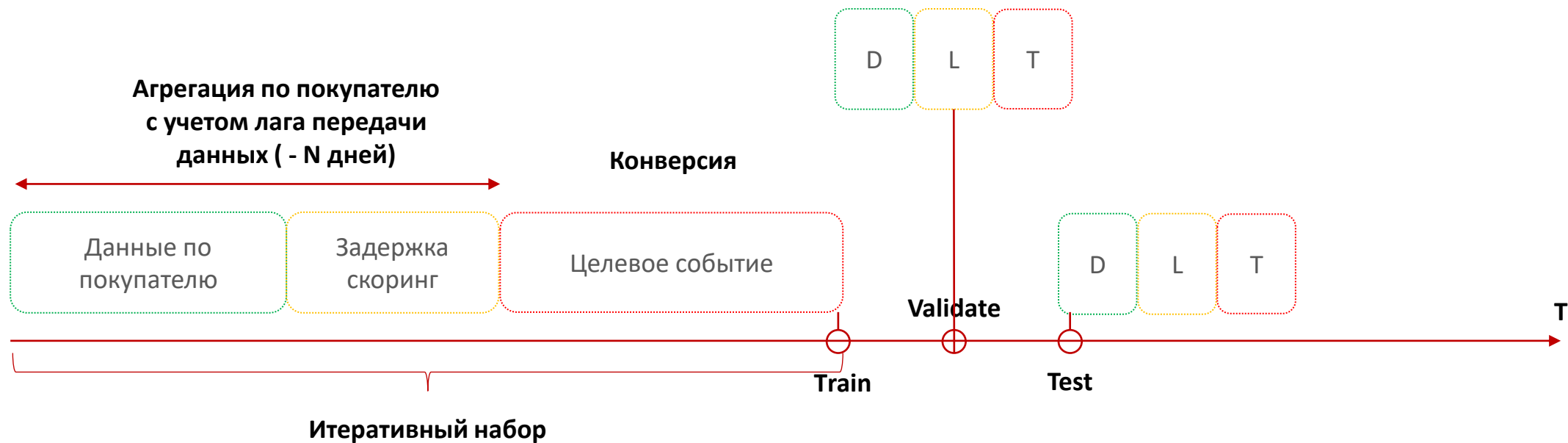
ПРАВИЛЬНО ЛИ ОПРЕДЕЛЯЕМ?



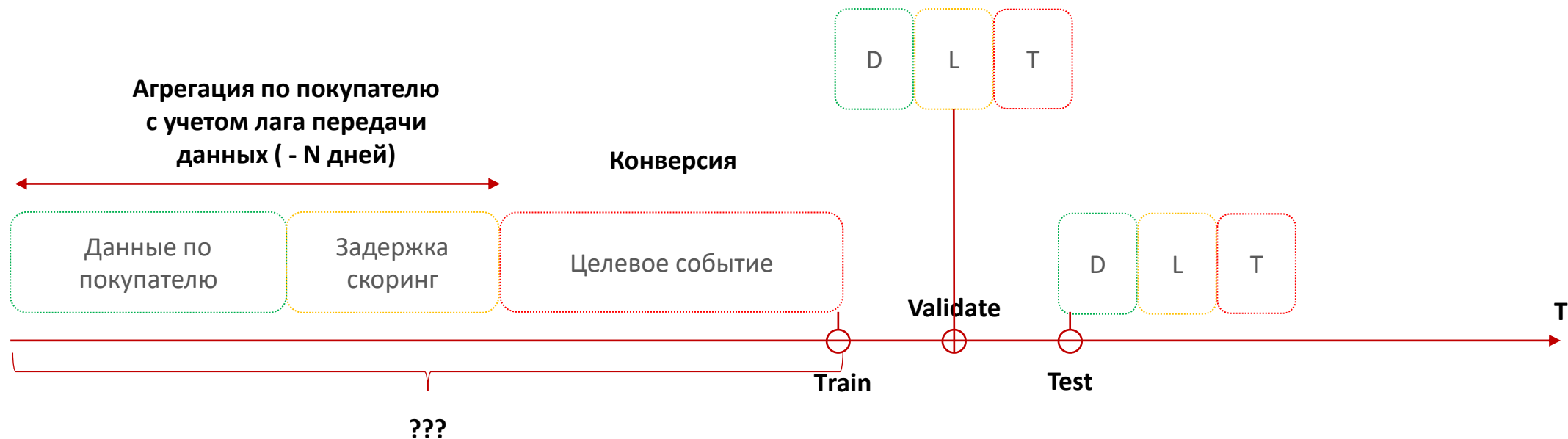
ПРАВИЛЬНО ЛИ ОПРЕДЕЛЯЕМ?



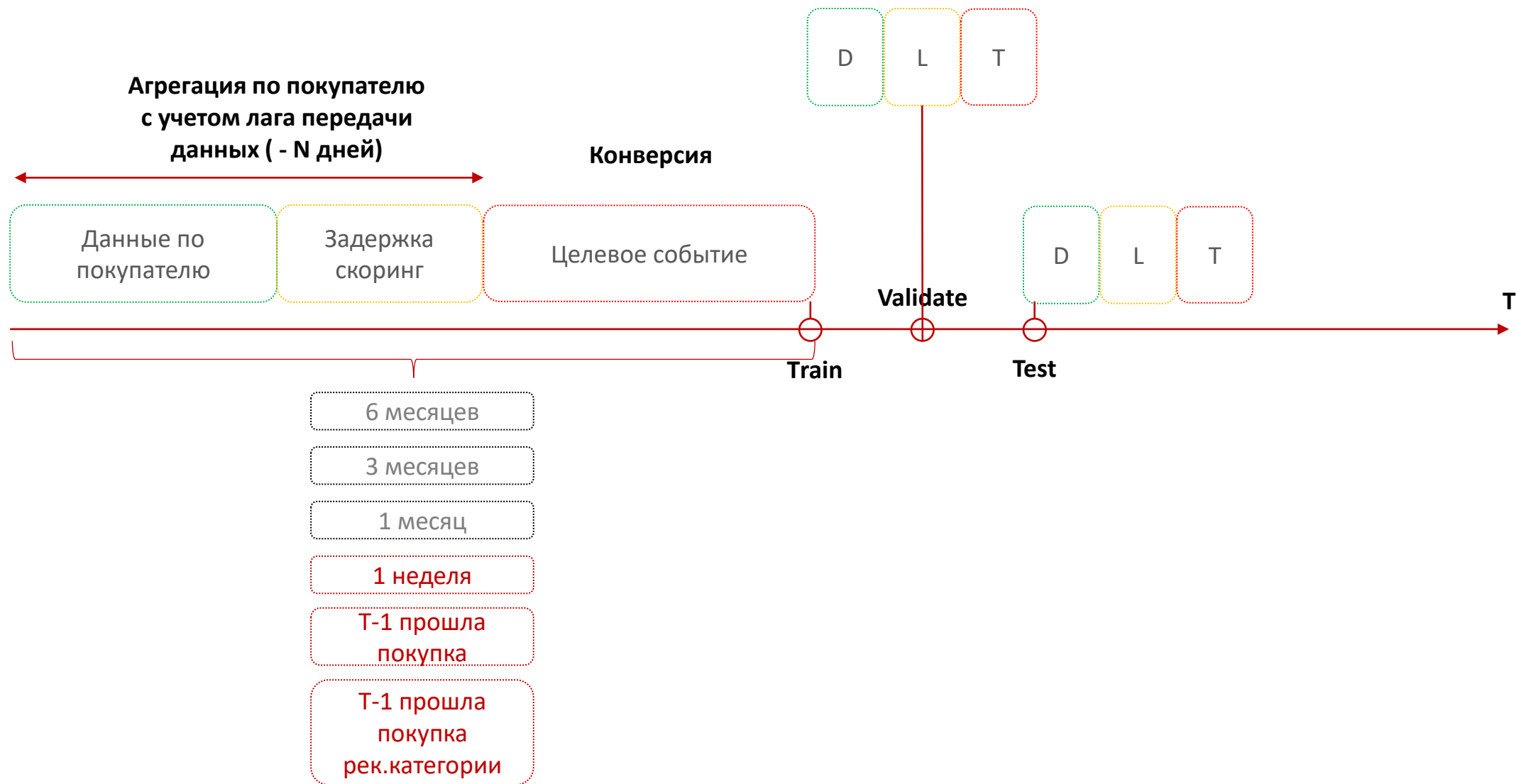
СОБРАТЬ ДАННЫЕ



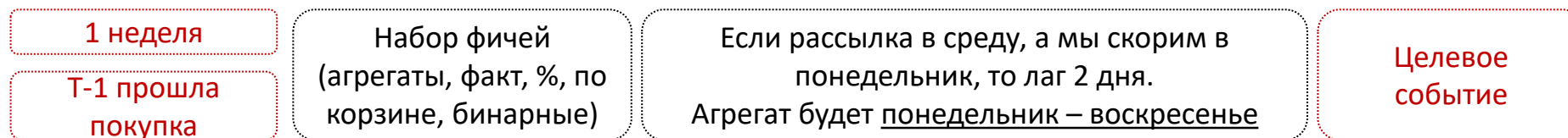
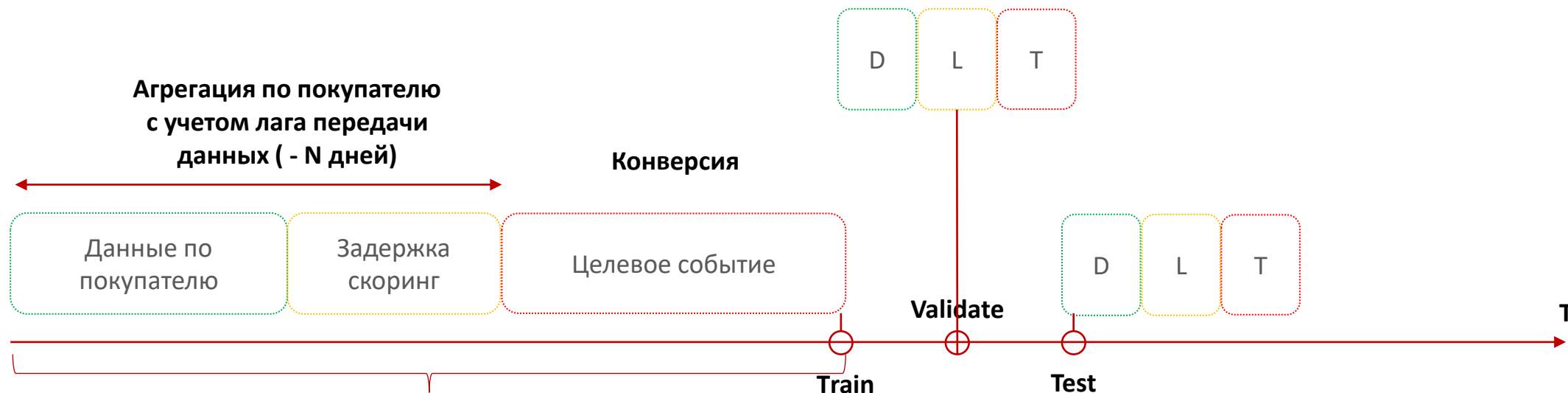
СОБРАТЬ ДАННЫЕ



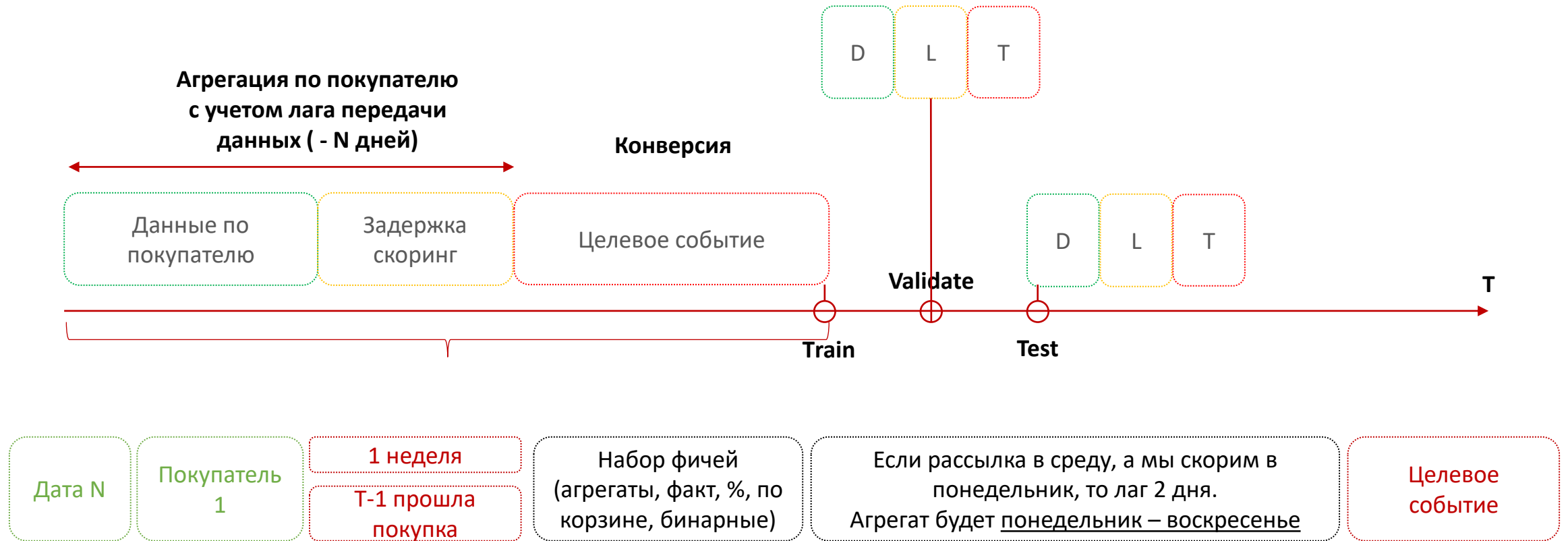
СОБРАТЬ ДАННЫЕ



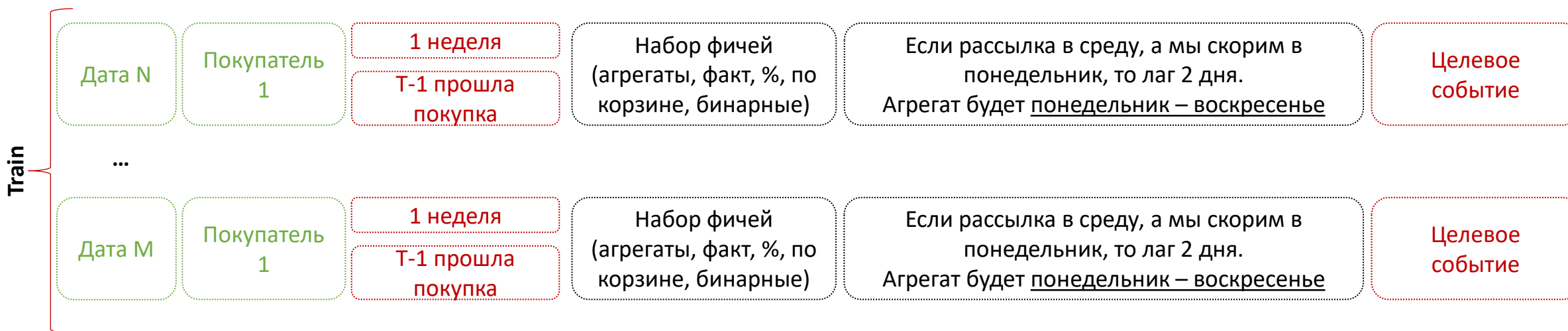
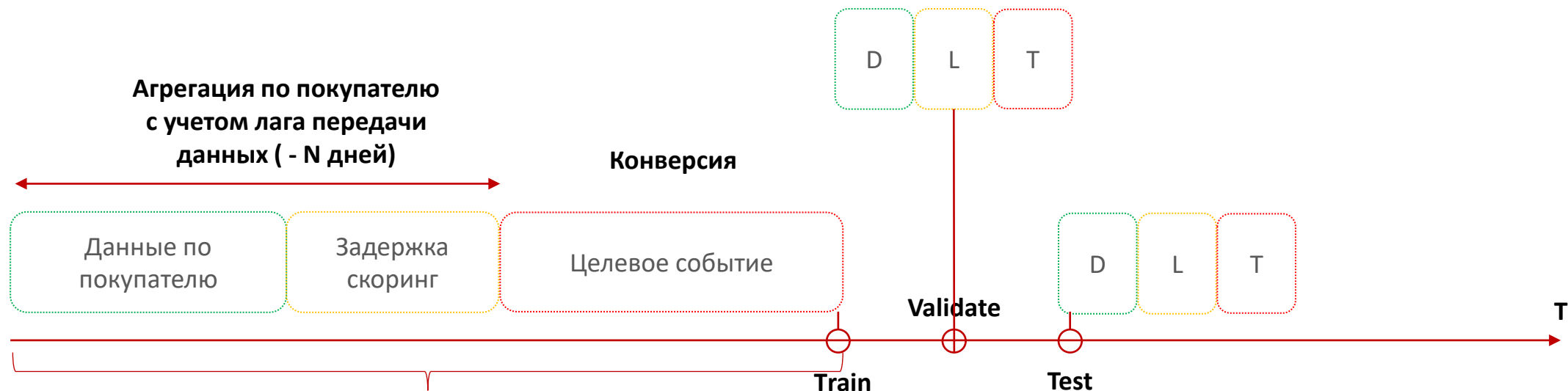
СОБРАТЬ ДАННЫЕ



СОБРАТЬ ДАННЫЕ



СОБРАТЬ ДАННЫЕ



ОЦЕНИТЬ И СДЕЛАТЬ ВЫВОД

PRC/RECALL

ROC_AUC

$$D = 2 \cdot (AUC - 0.5)$$

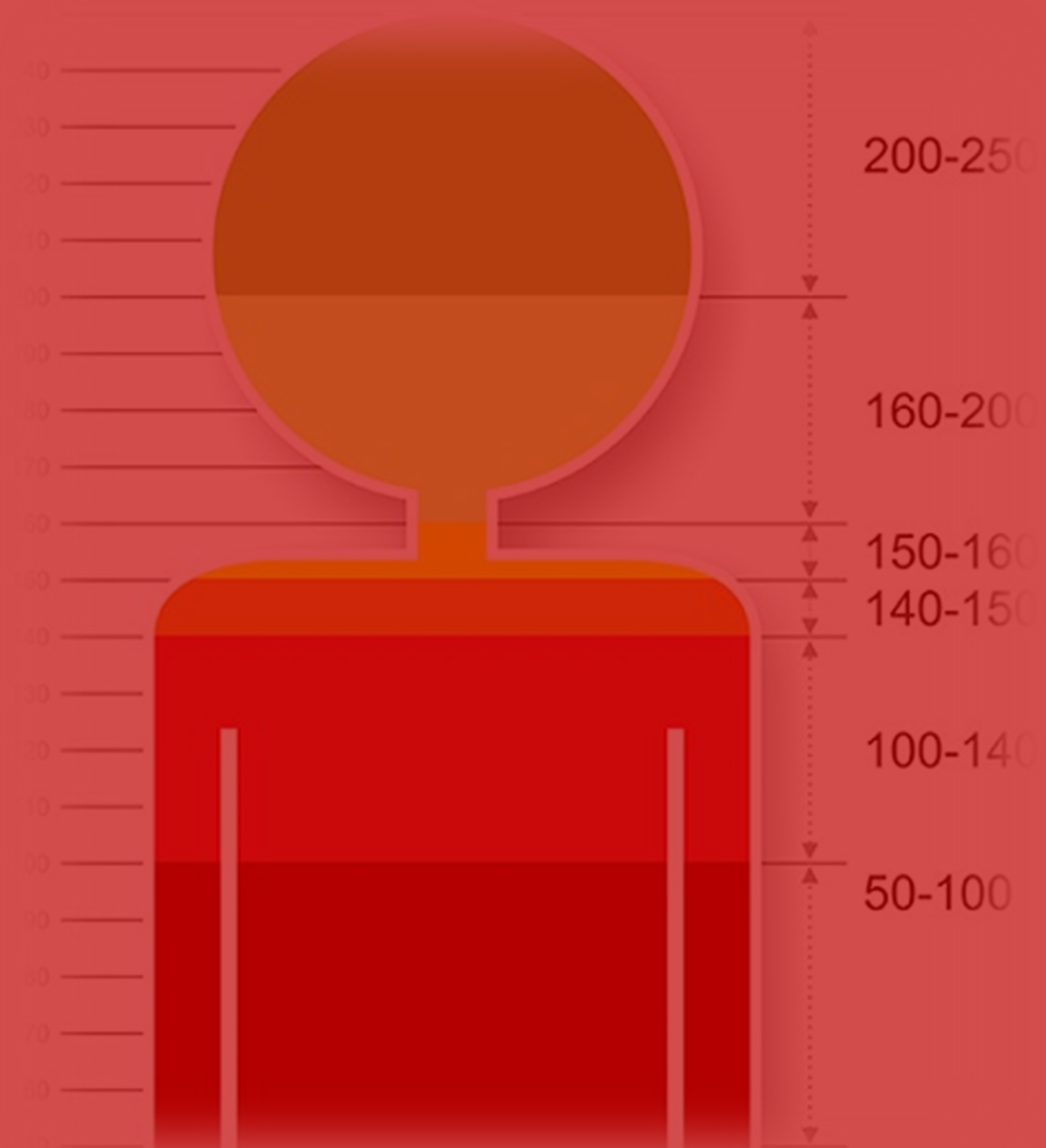
$$z(\alpha) \sqrt{\frac{m+n}{mn}}$$

$$KS = \max_x |F_m(x) - G_n(x)| \cdot 100$$

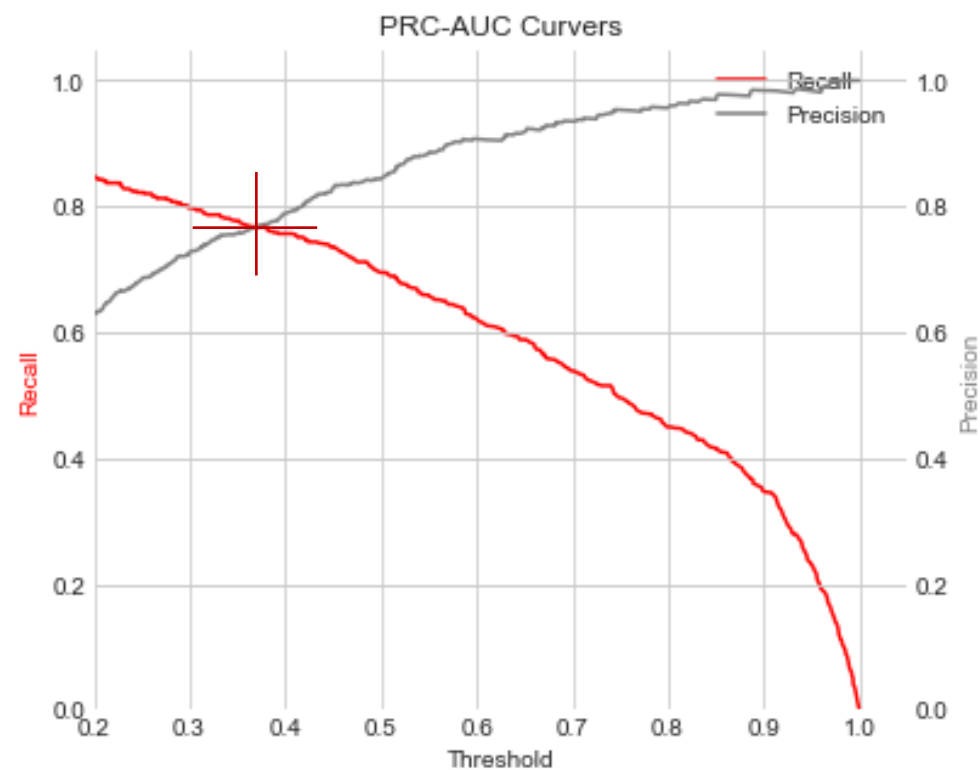
$$D = \frac{2 \cdot (\bar{x}_1 - \bar{x}_2)^2}{(s_1^2 + s_2^2)}$$

Распределение баллов	Статистика Колмогорова-Смирнова	Коэф. дивергенции
Симметричны	Подходит	Подходит
Скошены внутрь	Подходит	Не подходит (будет завышена)
Скошены наружу	Подходит	Не подходит (будет завышена)
Вложены друг в друга	Не подходит (будет завышена)	Подходит

РЕЗУЛЬТАТ МОДЕЛИ



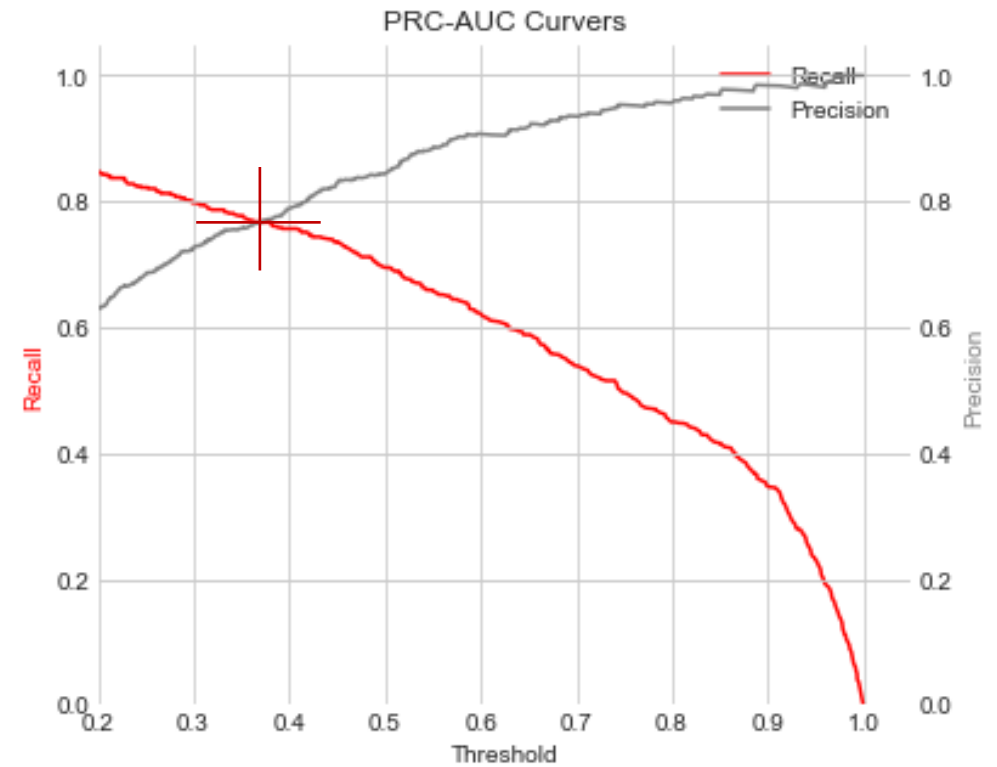
ПОЧЕМУ ПОРОГ ЗДЕСЬ?



ПОЧЕМУ ПОРОГ ЗДЕСЬ?

$\log(\text{count}(\text{True}) / \text{count}(\text{False}))$

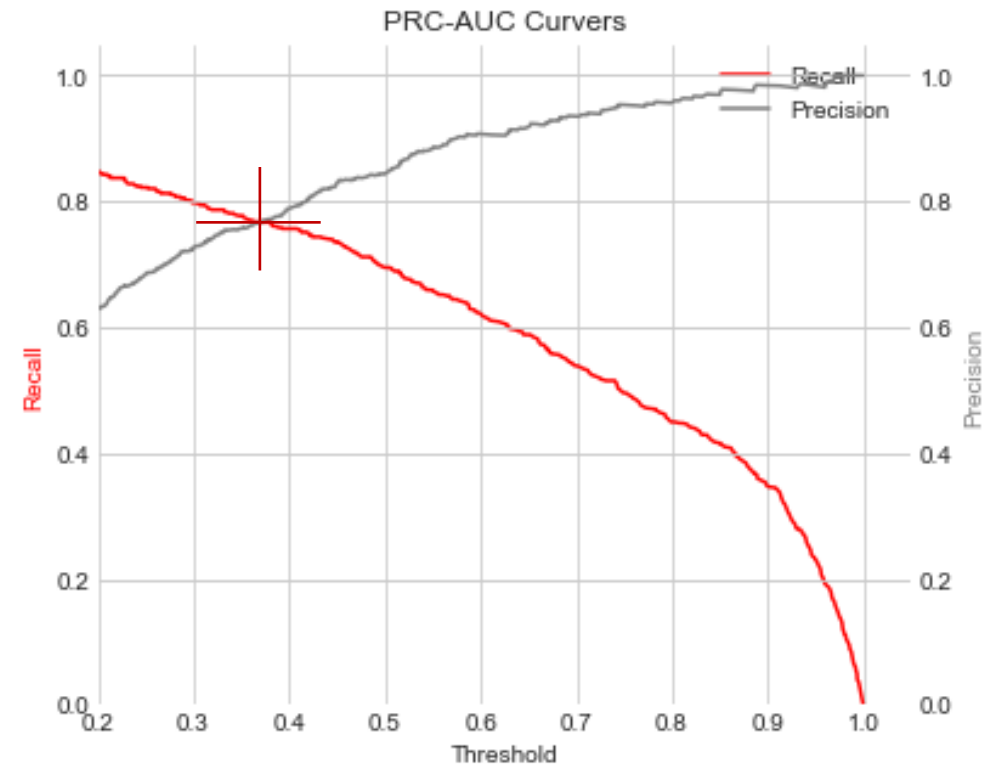
$$\frac{e^{\log(\frac{|True|}{|False|})}}{1 + e^{\log(\frac{|True|}{|False|})}}$$



ПОЧЕМУ ПОРОГ ЗДЕСЬ?

$$\log(1 / 1.7)$$

$$\frac{e^{\log(\frac{|True|}{|False|})}}{1 + e^{\log(\frac{|True|}{|False|})}}$$



ПРОБЛЕМА КАЛИБРОВКИ