

ПРОЕКТ SALESASSISTANT



ЦЕЛЬ ПРОДУКТА SALES ASSISTANT - ПОМОЧЬ ПОКУПАТЕЛЮ СДЕЛАТЬ
ВЫБОР И СОВЕРШИТЬ ПОКУПКУ.



**- МЫ ПОВЫШАЕМ ПРОДАЖИ,
РЕКОМЕНДУЯ ПОНЯТНЫЕ
ВАРИАНТЫ НА ОСНОВЕ ИЗУЧЕНИЯ
ПЕРСОНАЛЬНЫХ ВКУСОВ, ЧТОБЫ
ПОМОЧЬ КЛИЕНТАМ ВЫБРАТЬ
ПОДХОДЯЩИЙ ТОВАР ИЗ
ПОХОЖИХ.**

**- МЫ ПЛАНИРУЕМ ПОЛУЧАТЬ
ДЕНЬГИ ОТ ПРЯМЫХ ПРОДАЖ ИЛИ
ДЕЛИТЬ ПРИБЫЛЬ ОТ ВОЗРОСШИХ
ПРОДАЖ С ПРОДАВЦАМИ.**

ПРОБЛЕМА:

- ВЫБОР ТОВАРОВ И ПОДАРКОВ ЧАСТО ОСНОВАН НА ПЛОХО ВЕРБАЛИЗИРУЕМЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЯХ И ЗАПРОСАХ.
- НУЖНО ЧТО-НИБУДЬ «ТАКОЕ» ОСОБЕННОЕ.
- СОВРЕМЕННАЯ ИНТЕРНЕТ-ТОРГОВЛЯ НЕ ПРЕДОСТАВЛЯЕТ СРЕДСТВ ОБЛЕГЧЕНИЯ ВЫБОРА.
- ПРЕДЛОЖЕНИЕ ОГРОМНО: НЕОБОЗРИМО ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЯ.
- КАТАЛОГ ИЗБЫТОЧЕН И СТРУКТУРИРОВАН ФОРМАЛЬНО: НАВИГАЦИЯ ТРЕБУЕТ ПОНИМАНИЯ ТОВАРА **И ПОНИМАНИЯ ТОГО, КАК РАБОТАЕТ ПОИСК ПО КАТАЛОГУ.**
- ТЕХНИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ И БРЕНДЫ В ОСНОВЕ КАТАЛОГА: ФОКУС НА ФУНКЦИОНАЛЬНОСТЬ ДАЖЕ ТАМ, ГДЕ ВАЖНЕЕ ФОРМА И СТИЛЬ.

**НЕВОЗМОЖНОСТЬ ОСОЗНАННОГО
ВЫБОРА –**

**ЧАСТАЯ ПРИЧИНА ОТКАЗА ОТ
ПОКУПКИ ВООБЩЕ**

РЕШЕНИЕ:

- СДЕЛАТЬ ПРОЦЕСС ВЫБОРА ТОВАРОВ В ОНЛАЙНЕ МАКСИМАЛЬНО ПРИБЛИЖЕННЫМ К ОФФЛАЙНУ, И ТЕМ САМЫМ СУЩЕСТВЕННО УВЕЛИЧИТЬ ПРОДАЖИ.
- СЕРВИС SALESASSISTANT – ЭТО ПРОДУКТ НА ОСНОВЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА, ВЫПОЛНЯЮЩИЙ ФУНКЦИИ МЕНЕДЖЕРА ПО ПРОДАЖАМ.
- ТЕПЕРЬ ДАЖЕ ТЕ ЛЮДИ, КОТОРЫЕ ЗАТРУДНЯЛИСЬ, ЛЕГКО ПОДБЕРУТ СЕБЕ ПОДХОДЯЩУЮ МОДЕЛЬ.

- ПЕРЕХОД В РАБОТЕ С ПОКУПАТЕЛЕМ НА ЭМОЦИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ.
- МОДЕЛИРОВАНИЕ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОЙ, ПЕРСОНИФИЦИРОВАННОЙ ТЕХНИКИ ПРОДАЖ, СТАНДАРТНО ПРИМЕНЯЕМОЙ В ОФФЛАЙН-ПРОДАЖАХ



- **ВЫЯСНЕНИЕ ВКУСОВ(ЗАПРОСОВ) НА ОСНОВЕ СОЦИОЛОГИИ В ЗАНИМАТЕЛЬНОЙ ФОРМЕ.**
- **ТЕСТЫ, ВЫЯСНЕНИЕ ПРЕДПОЧТЕНИЙ В КАРТИНКАХ И Т.П.**
- **СУЖЕНИЕ НАБОРА ВАРИАНТОВ ДО 3-4 НА ОСНОВЕ ВКУСОВЫХ ПРЕДПОЧТЕНИЙ.**
- **ВОЗМОЖНОСТЬ УТОЧНЕНИЯ ПО ОБРАЗЦУ.**
- **«ЭТА ЖЕ МОДЕЛЬ В ДРУГОМ ЦВЕТЕ» СОЦИАЛЬНАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ ДЛЯ УПРОЩЕНИЯ ВЫБОРА.**
- **ПРОСТОЙ ЗАПРОС «МНЕ ИДЕТ?» ВИРТУАЛЬНОГО МАКЕТА В СРЕДСТВАХ МГНОВЕННЫХ КОММУНИКАЦИЙ.**

ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ ПОТРЕБИТЕЛИ SALES ASSISTANT

- **СОБСТВЕННЫЕ САЙТЫ БРЕНДОВ**
- **СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ МУЛЬТИ-БРЕНДОВЫЕ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНЫ**
- **ОНЛАЙН-ПЛОЩАДКИ ОФФЛАЙН-МАГАЗИНОВ**
- **ИНТЕРНЕТ-ГИПЕРМАРКЕТЫ**
- **АГРЕГАТОРЫ И МАРКЕТПЛЕЙСЫ**

СПОСОБЫ ПРОДВИЖЕНИЯ ТОВАРОВ В ИНТЕРНЕТЕ

- КОНТЕКСТНАЯ РЕКЛАМА (В Т.Ч. РЕКЛАМНЫЙ ТАРГЕТИНГ)**
- ТЕМАТИЧЕСКИЕ СТАТЬИ**
- ГРУППЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ, БЛОГИ, И Т.П.**
- САЙТЫ-АГРЕГАТОРЫ (Я.МАРКЕТ И ТД)**

SALESASSISTANT

SALESASSISTANT ПРЕДЛАГАЕТ ПРИНЦИПИАЛЬНО ДРУГОЙ ПОДХОД

Мы узнаём потребности и вкусы покупателя и предлагаем ему небольшое число моделей на основании нашего опыта и различных рекомендаций.

Из небольшого числа моделей гораздо проще сделать окончательный выбор.

В дополнение к этому, покупка приобретает эмоциональный окрас, а процесс выбора доставляет удовольствие покупателю.

SALESASSISTANT КАК ЭТО РАБОТАЕТ

КАТАЛОГ ТОВАРОВ

**Небольшой, с упором на
популярные и актуальные модели**

Динамичный, чтобы быть в тренде

**С подробными описаниями и фото
на моделях/в интерьерах**

**Размечен для фильтрации по
категориям вкуса и стиля**

**Не доступен пользователям
напрямую - только
отфильтрованные предложения**

SALESASSISTANT КАК ЭТО РАБОТАЕТ

- **АНКЕТИРОВАНИЕ: ТЕСТ-ОПРОСНИК ДЛЯ ВЫЯСНЕНИЯ ВКУСОВ И ПРЕДПОЧТЕНИЙ.**

- **БЕЗ ПРЯМЫХ ВОПРОСОВ, НА АССОЦИИАЦИИ.**
- **Диалоговый режим на основе технологий Natural Language Understanding и Semantic Modelling**
- **ПОДСТРАИВАЕМЫЙ ПОД СТИЛЬ ПОЛЬЗОВАТЕЛЯ (СТРОГИЙ, ИГРИВЫЙ, СКРОМНЫЙ, БРУТАЛЬНЫЙ, ВЫЗЫВАЮЩИЙ, И Т.П.)**
- **В РАМКАХ ПРИЛОЖЕНИЯ/АККАУНТА МОЖЕТ ПЕРЕИСПОЛЬЗОВАТЬСЯ И УТОЧНЯТЬСЯ НА ОСНОВЕ ФИНАЛЬНОГО ВЫБОРА.**
- **БЕЗ ЯВНОЙ ПРИВЯЗКИ К ТОВАРУ.**
- **Динамическое формирование семантической модели знаний о покупателях и их способах принятия решений**

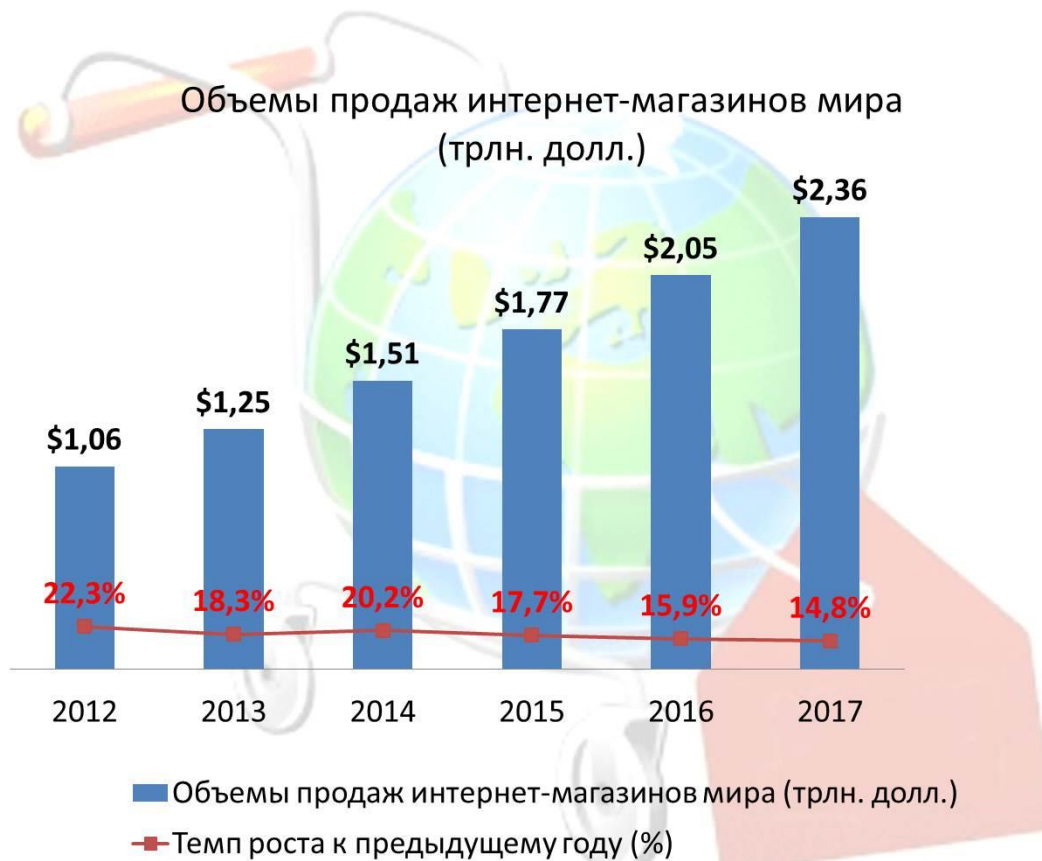
SALESASSISTANT КАК ЭТО РАБОТАЕТ

- ПРЕДЛОЖЕНИЕ 3-4 ВАРИАНТА НА ВЫБОР.**
- ВОЗМОЖНОСТЬ УТОЧНЯТЬ ВЫБОР В СТОРОНУ ОДНОГО ИЗ ВАРИАНТОВ.**
- «ПОМОЩЬ ДРУГА» - ВОЗМОЖНОСТЬ БЫСТРО СПРОСИТЬ СОВЕТА ПО ПОНРАВИВШЕМУСЯ ВАРИАНТУ В ПОПУЛЯРНЫХ МЕССЕНДЖЕРАХ.**
- БЫСТРОЕ ОФОРМЛЕНИЕ ПОКУПКИ.**
- ВОЗМОЖНОСТЬ ПОЛУЧЕНИЯ ПОДАРКОВ, НАЧИНАЯ С АНКЕТИРОВАНИЯ.**

ВОЗМОЖНЫЕ ВОПЛОЩЕНИЯ SALESASSISTANT

- ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИН/МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ**
- ПРИЛОЖЕНИЕ В СОЦИАЛЬНОЙ СЕТИ ДЛЯ ПРОДАЖИ АКСЕССУАРОВ И ПОДАРКОВ**
- ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ МОДУЛЬ ДЛЯ ЛИЦЕНЗИРОВАНИЯ ДЛЯ ИНТЕРНЕТ-МАГАЗИНОВ**
- ЧАТ-БОТ/ПРИЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ЦИФРОВОГО ПОМОЩНИКА**

ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ СЕРВИСА



ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ СЕРВИСА

- **Рост продажи через интернет в мире.**
- **Потенциал роста онлайн-торговли.**
- **Сращивание онлайн- и оффлайн-торговли**
- **Гаджетизация населения-рост мобильной аудитории***
- **Рост применения банковских карт и развитие логистических услуг**

ПРЕДПОСЫЛКИ РАЗВИТИЯ СЕРВИСА

Системы помощи на основе систем машинного зрения и машинного обучения

➤ <https://getsarafan.com/>

➤ Аналитический обзор сервиса Сарафан

http://www.rbc.ru/own_business/31/07/2017/5978ae349a7947f10c436ce2

Системы рекомендаций на основе анализа пользовательских предпочтений

➤ Crossss (<http://crossss.ru>), REES64

(<https://rees46.com/product-recommendations>)

➤ Обзор решений:

https://prograbli.ru/business_experience/choose_a_trade_mark_guidelines/ теория: <http://vas3k.ru/blog/355/>)

Персональные цифровые помощники

➤ Amazon Alexa, Google Home

c2c (croud-sourced) сервисы

➤ Uber, <http://поручить.рф>

SALESASSISTANT – ПРОДАВЕЦ СЧАСТЬЯ!



ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

1. БЛОК ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ПОТЕНЦИАЛЬНОГО ПОКУПАТЕЛЯ. НАСТРОЙКА НА ПРЕДМЕТНУЮ ОБЛАСТЬ. ГЕНЕРАЦИЯ СЕМАНТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ ПО КАТАЛОГУ ПРОДУКЦИИ В ПОЛУАВТОМАТИЧЕСКОМ РЕЖИМЕ. НАСТРОЙКА СТРАТЕГИЙ ПРОДАЖ. В РУЧНОМ РЕЖИМЕ СОТРУДНИКАМИ КОМПАНИИ-КЛИЕНТА. ЛИБО ПОКУПКА ПРЕДОПРЕДЕЛЕННЫХ СТРАТЕГИЙ ИЗ МАГАЗИНА SALES ASSISTANT.

2. АВТОМАТИЧЕСКОЕ ПОСТРОЕНИЕ МОДЕЛИ ПОКУПАТЕЛЯ В ДИАЛоговом РЕЖИМЕ С ЦЕЛЮ ВЫЯСНЕНИЯ ЕГО ПОТРЕБНОСТЕЙ, КВАЛИФИКАЦИЯ ПОКУПАТЕЛЯ (ДЕМОГРАФИЯ, УРОВЕНЬ ДОХОДОВ, СТРАТА). КАК ЭТО ПРОИСХОДИТ:

- ЧЕРЕЗ КАМЕРУ/ГОЛОС,ЕСЛИ ПОКУПАТЕЛЬ ОБЩАЕТСЯ ЧЗ ТЕРМИНАЛ;
- ЧЕРЕЗ АВТОРИЗАЦИЮ НА САЙТЕ, ЧЕРЕЗ СОЦСЕТИ;
- А ТАКЖЕ ПУТЕМ ЯВНОГО ИЛИ КОСВЕННОГО ВЫЯСНЕНИЯ В ПРОЦЕССЕ ДИАЛОГА НА ОСНОВАНИИ ВЫБРАННОЙ СТРАТЕГИИ ПРОДАЖ, ВЫЯСНЯЕТСЯ ЕГО СИСТЕМА ЦЕННОСТЕЙ, ЕГО МОДЕЛЬ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ.

ИНТЕРФЕЙСЫ С ПОЛЬЗОВАТЕЛЕМ (ПОКУПАТЕЛЕМ) - ЧАТБОТ, ЧАТ НА САЙТЕ, ГОЛОСОВОЙ АССИСТЕНТ В ТОРГОВОМ ЗАЛЕ (ЧЕРЕЗ ТЕРМИНАЛ), КОЛЦЕНТР.

ТЕХНИЧЕСКОЕ ОПИСАНИЕ

3. ПОДДЕРЖКА РАЗНЫХ СТРАТЕГИЙ ПРОДАЖ. ЧЕРЕЗ АВТОМАТИЧЕСКОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРЕДОПРЕДЕЛЕННЫХ СЕМАНТИЧЕСКИМИ МОДЕЛЯМИ СТРАТЕГИЙ. СТРАТЕГИИ БУДУТ ЛИБО ЗАДАВАТЬСЯ СОТРУДНИКАМИ КЛИЕНТА НА DSL ПРОДАВЦА, ЛИБО ПОКУПАТЬСЯ У ОПЕРАТОРА ПРОЕКТА SALES ASSISTANT ИЗ «МАГАЗИНА СТРАТЕГИЙ ПРОДАЖ».

4. АВТОМАТИЧЕСКАЯ ГЕНЕРАЦИЯ КОММЕРЧЕСКИХ ПРЕДЛОЖЕНИЙ ДЛЯ ПОКУПАТЕЛЯ. НА ОСНОВАНИИ ВНОВЬ ПОСТРОЕННОЙ СЕМАНТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ПОКУПАТЕЛЯ. НА ОСНОВАНИИ СЕМАНТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ПРЕДМЕТНОЙ ОБЛАСТИ.