



ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ТРАТ КЛИЕНТОВ В БУДУЩЕМ

ПРОБЛЕМА

Низкая эффективность программы лояльности, ведущая к проблеме своевременного донесения конкретного продукта до целевой аудитории. Низкая точность прогнозирования поведения клиентов.

РЕЗУЛЬТАТ

На основе истории прошлых транзакций и доп. информации о пользователях строится модель, предсказывающая траты клиентов в будущем по конкретным категориям (МСС-кодам).

ЗАДАЧА

Разработка модели по прогнозированию трат выбранных клиентов на определенный промежуток времени.



ВЫГОДА

Прогноз модели помогает при оптимизации финансовых потоков, а также позволяет предугадывать некоторые факты из жизни клиента (например, факт поездки за рубеж). Использование модели позволяет улучшить качество рекомендаций и дополнительно повышает точность при выявлении клиентов, склонных к оттоку.