

## **АНАЛИТИКА БАЗЫ КЛИЕНТОВ МАРКЕТПЛЕЙСА (НА ПРИМЕРЕ ВАЙЛДБЕРРИЗ)**

**К. А. Кулешова**

*студент, Белорусский государственный университет, г. Минск, Беларусь,  
e-mail: lkxennaa@gmail.com*

**Научный руководитель: Н. И. Шандора**

*старший преподаватель, Белорусский государственный университет,  
экономический факультет, г. Минск, Беларусь, e-mail: shandor@bsu.by*

В статье рассмотрена крупнейший интернет-магазин в СНГ – Wildberries. На его примере показаны стратегии и способы аналитики целевой аудитории, такие как Customers Relationship Management и BI-решение Tableau. В тексте приведена таблица с финансовым отчётом за 2020-2022 гг., которая наглядно показывает рост прибыли и убытков маркетплейса.

**Ключевые слова:** маркетплейс; целевая аудитория; клиентоориентированность; Customers Relationship Management; BI-решение Tableau.

## **ANALYTICS OF THE MARKETPLACE CUSTOMER BASE (BY THE EXAMPLE OF WILDBERRIES)**

**K. A. Kuleshova**

*Student, Belarusian State University, Minsk, Belarus, e-mail: lkxennaa@gmail.com*

**Supervisor: N. I. Shandora**

*Senior Lecturer, Belarusian State University, Faculty of Economics, Minsk, Belarus,  
e-mail: shandor@bsu.by*

The article examines the largest online store in the CIS – Wildberries. His example shows strategies and methods for target audience analytics, such as Customers Relationship Management and the Tableau BI solution. The text contains a table with financial reports for 2020, 2021 and 2022, which clearly shows the growth of profits and losses of the marketplace.

**Keywords:** marketplace; the target audience; customer focus; Customers Relationship Management; Tableau BI solution.

На сегодняшний день, технологическое развитие не стоит на месте, оно охватывает все сферы человеческой жизни. Начиная с повседневной области, заканчивая торговым бизнесом. Одним из наглядным примером являются маркетплейсы. Они набирают популярность у продавцов и покупателей.

Маркетплейсы – это некие посредники между покупателями и продавцами, задачей которых является обеспечить безопасность и простоту сделки. Как правило маркетплейс не является сборщиком заказов, а лишь обеспечивает продвижение товара, платформу и аналитическую информацию.

Одна из крупнейших компаний на рынке Fashion retail является Wildberries.

Главные достижения компании: заказы без предоплаты (это стало большим преимуществом, теперь клиенты перестали переживать, о возврате денег и стали больше доверять маркетплейсу); первые пункты доставки (особенный важный пункт для людей, которые ценят своё время или интроверты. С этой функцией можно забыть о долгих походах в магазин); количество пунктов (численность пунктов выдачи позволяют совершать покупки не только в центре, но и в более отдаленных областях. При этом имея широкий выбор товаров).

Wildberries тщательно подходит к аналитике своей целевой аудитории. Именно поэтому компания является лидером в ведении клиентской базы. Это позволяет предлагать клиентам вещи по их предпочтениям, целям и продвигать товары. Маркетплейс выбрал для себя стратегию CRM (Customers Relationship Management – управление взаимоотношениями с клиентами)

CRM – это клиентоориентированная стратегия, основанная на использовании передовых управленческих и информационных технологий, с помощью которых компания выстраивает взаимовыгодные отношения со своими клиентами [1].

Выше сказанные достижения наглядно показывают клиентоориентированность компании и делают еще более привлекательный вариант заказывать виртуально.

Следующие понятие BI-решение Tableau (Business Intelligence – бизнес аналитика; Tableau – система интерактивной бизнес аналитики (BI)).

Business Intelligence – это процесс анализа информации, выработки интуиции и понимания для улучшенного и неформального принятия решений бизнеспользователями, а также инструменты для извлечения из данных значимой для бизнеса информации; процесс, технологии, методы и средства извлечения и представления знаний [2].

Для получения более детального представления о клиентах, Wildberries использует BI. Программа анализирует различные характеристики о человеке, например, процент выкупа, пол, возраст и т.д. BI внедряется в систему если увеличивается объём информации и неактуальность традиционных подходов к анализу.

Wildberries – это огромная площадка товаров, мощная экономическая система, которая движется вперед, в том числе и благодаря новым разработкам в сфере клиентоориентированности.

### **Библиографические ссылки**

1. Кудинов А. В., МIRONENKO А. А. Управление продажами и взаимоотношением с клиентами. М. : ООО «IC-Публишинг», 2019. 16 с.
2. Аналитическая обработка данных. Обзор BI-систем. [Электронный ресурс] / Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» // Современные информационные технологии в бизнесе. URL: <https://electives.hse.ru/> (дата обращения: 04.10.2023).
3. Что такое маркетплейсы: особенности, плюсы и минусы. [Электронный ресурс]. URL: <https://kak2c.ru/blog/post/chto-takoe-marketplejsy-osobennosti-plyusy-i-minusy> (дата обращения: 04.10.2023).