

«МАГНИТ» ЗАВЕРШИЛ ТЕСТЫ ПЕРВЫХ ПРОМОКАМПАНИЙ НА БАЗЕ ИИ

Краснодар, 8 июня 2022 г.: ПАО «Магнит», один из ведущих российских ритейлеров (далее «Компания», «Магнит»; MOEX и LSE: MGNT) существенно увеличил эффективность индивидуальных покупательских промопредложений за счет запуска инструментов CVM (Customer Value Management - управление потребительской ценностью). На фоне быстро меняющегося покупательского поведения, сложностей в его предсказании и закупок впрок в марте текущего года компании удалось втрое увеличить показатель ROI (return on investment) от промопредложений за счет использования собственных разработок Machine Learning (ML).

Проект персонализации предложений для клиентов на основе ML стартовал в конце 2021 г., сейчас он полностью реализуется внутренней командой «Магнита». За это время специалисты розничной сети протестировали несколько механик сегментных промокампаний. «Пилоты» были нацелены на увеличение частоты покупок, размера корзины и удержание клиентов. Тестирование проводилось на сегментах покупателей до 500 тыс. человек, а инструментами персонализированных промопредложений стали предоставление экспресс-бонусов, индивидуальных скидок, а также бонусов за покупки выбранной любимой категории. Искусственный интеллект формировал целевые сегменты покупателей для пилотов и оптимальные механики промо. Эффективность пилотных кампаний оказалась сравнимой с традиционными проектами, подготовленными бизнес-аналитиками «Магнита», а показатель ROI – выше в три раза.

В ближайшее время охват покупателей персонализированными предложениями планируется расширить. Для этого «Магнит» использует массив данных собственной программы лояльности: на конец 1 квартала 2022 г. в ней насчитывался 61 млн держателей карт лояльности, доля покупок с использованием карт превышает 65% в продажах. Компания продолжит внедрять искусственный интеллект, чтобы наращивать эффективность промокампаний. Уже сегодня система может автоматически определять сегменты аудитории с учетом сотен параметров, создавать предложения для самых разных по численности групп, вплоть до индивидуального клиента, проводить ежедневную оценку эффективности.



Павел Локшин
Директор по маркетингу
розничной сети «Магнит»



«В текущих условиях важно гибко реагировать на изменения покупательского поведения, чтобы оставаться привлекательными магазинами, повышать лояльность и покупательский отклик, а также расширять потребительскую корзину. В рамках тестов с помощью искусственного интеллекта мы четко сегментировали аудиторию и проработали целевые группы, чтобы создать действительно качественные, интересные и полезные предложения. В дальнейшем планируем масштабировать отработанные механики на всю аудиторию наших покупателей, работать с собственными торговыми марками, привлекать к участию в таких промокампаниях поставщиков, чтобы совместно искать новые форматы работы с потребителями».

За дополнительной информацией обращайтесь:

Дина Чистяк

Руководитель управления по связям с инвесторами

✉ dina_chistyak@magnit.ru

☎ тел. в Краснодаре: +7 (861) 210 9810 доб. 15101

Управление по внешним коммуникациям:

✉ press@magnit.ru

Справка о компании «Магнит»

Публичное акционерное общество «Магнит» (MOEX и LSE: MGNT) является холдинговой компанией группы обществ (Компания), занимающихся розничной торговлей через сеть магазинов «Магнит», с местом нахождения в Краснодаре. Сеть магазинов «Магнит» является одной из ведущих розничных сетей по торговле продуктами питания в России. По состоянию на 31 марта 2022 г. сеть «Магнит» насчитывала 26 605 магазинов, расположенных в 3 946 населенных пунктах Российской Федерации.

Около двух третей магазинов Компании работает в городах с населением менее 500 000 человек. Большинство магазинов Группы расположено в Южном, Северо-Кавказском, Центральном и Приволжском Федеральных округах. Магазины сети «Магнит» также находятся в Северо-Западном, Уральском и Сибирском Федеральных округах.

Компания управляет собственной логистической системой, насчитывающей по состоянию на 31 марта 2022 г. 45 распределительных центров, автоматизированную систему управления запасами и автопарком, состоящим из 5 416 автомобилей.

В соответствии с аудированными результатами Компании по МСФО 16, ее выручка за 2021 год составила 1 856,1 млрд руб., EBITDA – 214,2 млрд руб.

Заявления прогнозного характера

Данная информация содержит или может содержать заявления прогнозного характера, которые не являются гарантией будущих результатов. Например, заявления касательно ожидаемого роста выручки и/или количества открытий магазинов являются прогнозными. Заявления прогнозного характера связаны с известными и неизвестными рисками, неопределенностью и прочими важными факторами, вследствие чего фактические результаты могут существенно отличаться от результатов, указанных в прогнозных заявлениях. Все прогнозных заявления основаны на информации, имеющейся у ПАО «Магнит» на дату сделанного соответствующего заявления. Данная оговорка распространяется на все письменные или устные прогнозных заявления, сделанные от имени ПАО «Магнит». ПАО «Магнит» не принимает на себя обязательство по обновлению или пересмотру прогнозных заявлений с целью отражения каких-либо изменений условий или обстоятельств.