Кросс-продажа (Cross-sell)

Синонимы: Перекрестные продажи, Cross-selling
Разделы: Бизнес-задачи
Loginom: Ассоциативные правила (обработчик)

Метод повышения эффективности работы компаний, основанный на предложении клиенту совместно с товарами и услугами основного ассортимента дополнительных товаров и услуг, которые могут способствовать продаже основных.

В некоторых случаях кросс-продажи могут иметь целью не только увеличение дохода от клиентов, но и развитие отношений с ними, в частности, повышение лояльности.

Примерами кросс-продаж могут быть предложение клиенту автосалона страховки и аксессуаров на покупаемый автомобиль, закусочная на бензоколонке и т.д.

Кросс-продажи представляют собой мощное средство повышения эффективности бизнеса. Главным условием здесь является то, чтобы предлагаемые товары и услуги повышали ценность компании для клиента. Однако для того чтобы выработать правильные решения в данной области, необходим анализ продаж, в процессе которого должны быть выявлены предпочтения клиентов, найдены виды товаров и услуг, часто приобретаемых совместно.

Такой анализ может быть эффективно выполнен методами Data Mining, такими как поиск ассоциативных правил и последовательных шаблонов, кластеризация, классификация и т.д.