

# Поведенческая аналитика (Behavioral analytics)

Разделы: [Бизнес-задачи](#)

Направление в бизнес-аналитике, связанное с анализом данных, характеризующих потребительское поведение пользователей платформ [электронной коммерции](#), мобильных и веб-приложений, онлайн-игр и других сетевых ресурсов.

Эти данные могут описывать такие события, как пути поиска в сети, клики, взаимодействия в соцсетях, покупки (например, заказ пиццы), отклики на маркетинговые акции. Кроме этого, может учитываться время реакции на рекламу, продолжительность пребывания на ресурсе, средняя стоимость заказа и другие метрики.

Поведенческий анализ позволяет обнаруживать шаблоны потребительского поведения, которые могут быть использованы для разработки стратегии увеличения продаж.

Применение поведенческой аналитика получила:

- в рекомендательных системах и электронной коммерции, где на основе переходов, кликов, запросов пользователей [персонализируется](#) показ рекламы, предложение товаров или услуг;
- в разработке мобильных и настольных приложений;
- в [антифрод](#)-системах;
- в [кредитном скоринге](#).

Поведенческая аналитика особенно полезна при поддержке интернет-ресурсов. Анализируя поведение аудитории, аналитик сможет понять, зачем люди заходят на ресурс, из-за чего уходят, почему не совершают покупки.

Правильная стратегия работы с клиентами неразрывно связана с системной работой по управлению взаимоотношениями (CRM) и постоянным анализом их поведения. Этот процесс реализован в решении [Loginom Customer Segmentation](#). Подробнее о применении поведенческой аналитики на действующих клиентских профилях в выступлении [«Держи их! Как определить клиентов, которые спасут ваш бизнес»](#).