

# Скоринг отклика (Response scoring)

Разделы: [Бизнес-задачи](#)

Скоринг отклика — это разновидность скоринга, которая используется для оценки вероятности того, что клиент или потенциальный клиент компании откликнется на адресованные ему предложения в рамках маркетинговых кампаний. Применение данного вида скоринга позволяет сосредоточить усилия именно на том клиентском сегменте, в котором интерес к продвигаемым товарам и услугам наибольший.

Скоринг отклика можно рассматривать как адаптацию кредитного скоринга. Но при этом скоринговый балл определяется, исходя из таких факторов, как:

- интенсивность покупки товаров и услуг компании в прошлом;
- активность на страницах компании в социальных сетях;
- активность клиента по поиску товаров или услуг компании в сети Интернет;
- возраст клиента, его пол и семейное положение, наличие детей.

На сочетании этих факторов происходит обучение скоринговой модели, результатом работы которой будет рейтинг клиента, который можно интерпретировать как вероятность его отклика на маркетинговое предложение.

Дальнейшее использование результатов работы модели может заключаться, например, в сегментации клиентов на группы по вероятности отклика. Эти группы могут быть использованы для оптимизации маркетинговой стратегии. Например, наибольшие усилия сосредоточить на сегментах с высокой вероятностью отклика, поскольку она предполагает больший интерес к продвигаемым товарам и услугам.

Для построения скоринговых моделей отклика с успехом используются технологии машинного обучения, такие как нейронные сети, регрессия и т.д.