

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.