

Визначення рівня пріоритетності клієнтів для цільового маркетингу: використання моделі RFM та TextRank

Цільовий маркетинг – це ключовий підхід, який використовується для збільшення прибутків. Серед багатьох методів ідентифікації потенційних клієнтів найбільш точною вважається модель аналізу давності, частоти та грошової цінності (RFM). Однак жодне дослідження RFM не було зосереджене на перспективах запуску нової продукції. У статті усунуто цю прогалину шляхом застосування даних про користування вебсайтом для визначення рівня перспективності нової продукції, а також розширено сферу застосування моделей RFM, аби включити конкретні показники ваги вебсторінок. Розроблено модель RF, побудовану за допомогою показників частоти та давності купівлі товару, отриманих з даних користування вебсайтом, та модель R_wF, побудовану шляхом додавання ваги до частоти користування вебсторінкою. Застосовано алгоритм TextRank для встановлення ваги кожного вебсайту на основі частоти користування вебсторінкою та визначено показники ваги вебсайту для моделі R_wF. Для перевірки моделей взято дані користування вебсайтами південнокорейських мобільних користувачів у період з 1 травня по 31 липня 2020 року. Шляхом аналізу значного підйому кривої доведено високу ефективність моделей для визначення рівня пріоритетності клієнтів для цільового маркетингу нової продукції. Модель R_wF, яка демонструє питому вагу вебсайтів, показала, що рівень відгуку клієнтів становив понад 30% серед 10% кращих споживачів. Отримані результати розширюють знання про застосування методу RFM у разі відсутності даних про історію покупок і дозволяють компаніям знаходити цільових клієнтів без використання такої інформації.

Ключові слова: модель RFM, TextRank, нова продукція, цільовий маркетинг, потенційний клієнт, діаграма точності прогнозів, телекомунікації

Класифікація JEL: C61, M31, M39



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/), що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.