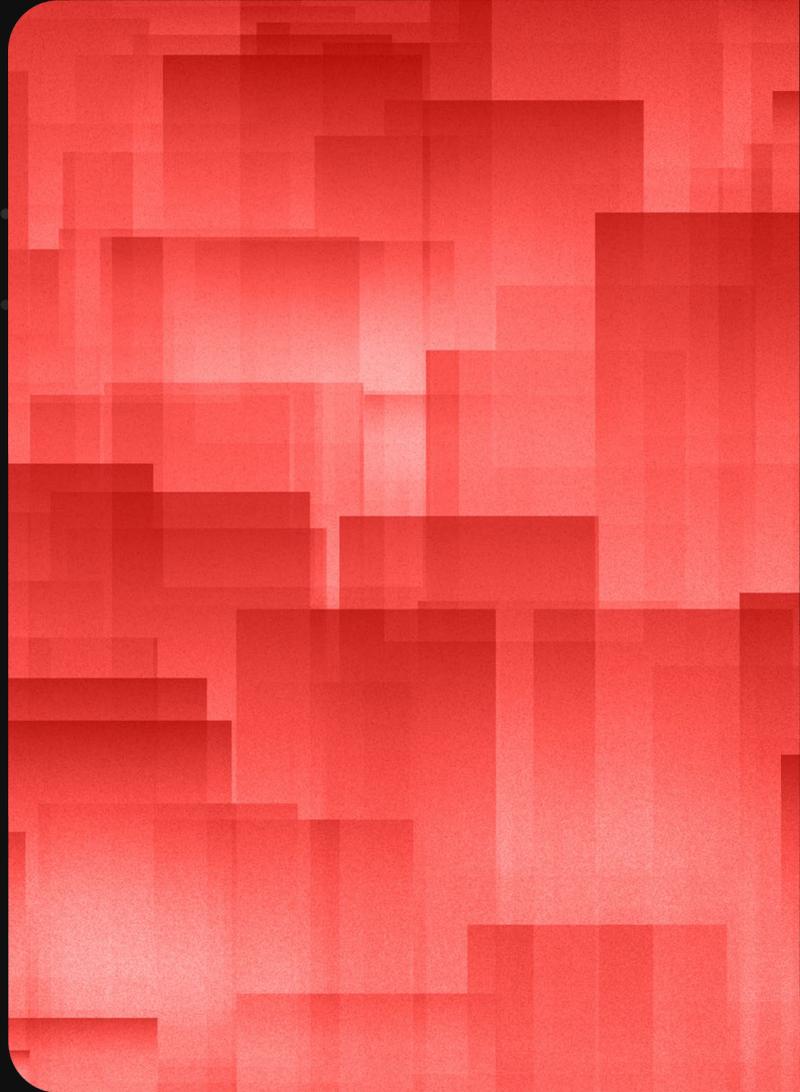


CDI CONF 2025



От данных к инсайтам: построение аналитики и логика работы с данными CDI

🗣 Екатерина Мосалева
👤 руководитель отдела аналитики

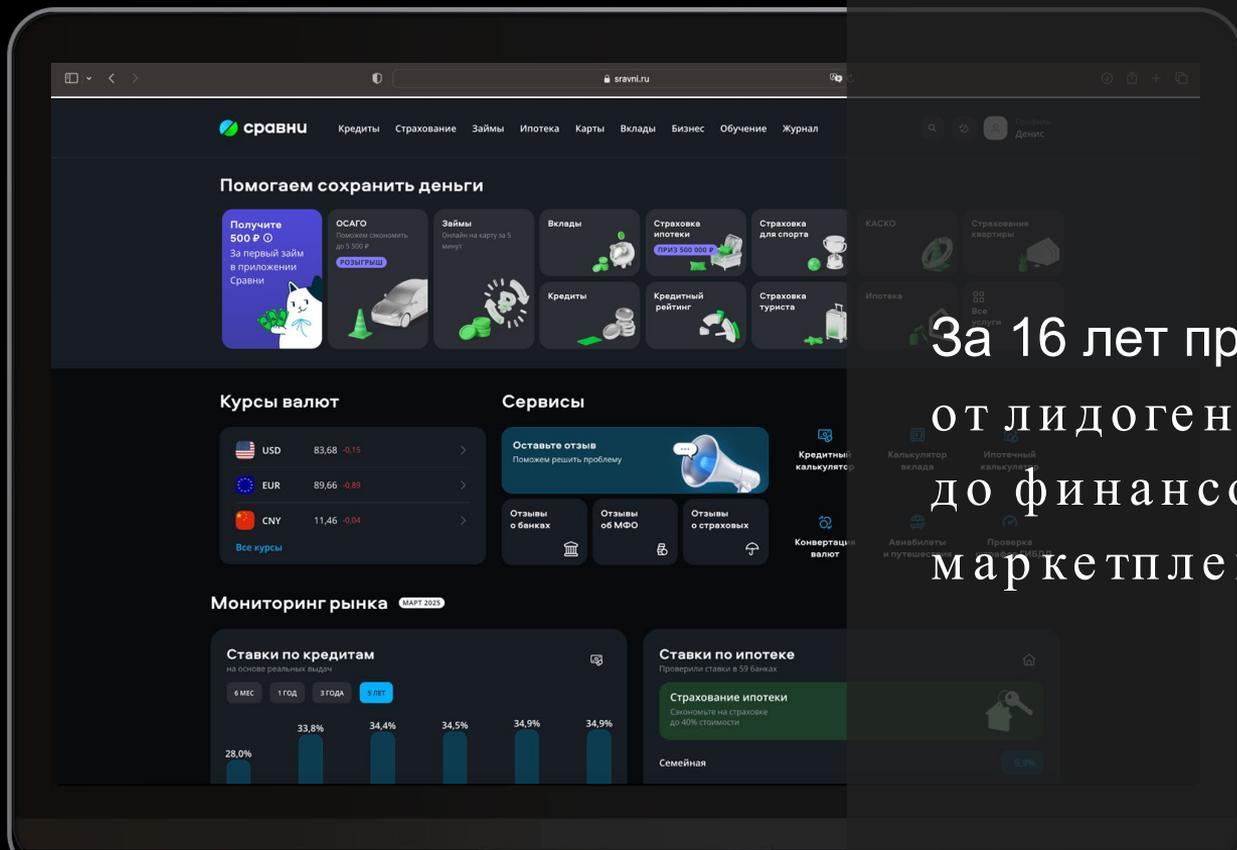


Более 8 лет опыта
в аналитике

Екатерина Мосалева

Руководитель отдела аналитики финансового
маркетплейса Сравни



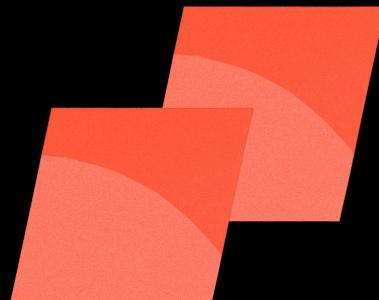


За 16 лет прошли путь
от лидогенератора
до финансового
маркетплейса



Наши достижения

Лидирующий финансовый
маркетплейс для подбора
страховых и банковских
продуктов





Наши достижения

**ТОП
30**

самых дорогих
компаний Рунета

**ТОП
5**

крупнейших финтех-
компаний России

23

миллиона пользователей —
ежемесячная аудитория сервиса

№1

площадка
по продаже полисов ОСАГО

Данные Ipsos Group

Построение аналитики в продуктовых командах финансового маркетплейса

>50

продуктовых
команд

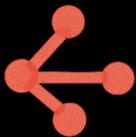


Данные
о десятках миллионов
клиентов



Проблема:
нет единого профиля
клиента

Какие проблемы решали?



Дублирование
записей о клиентах



Несогласо-
ванность
данных



Отсутствие связи
между
продуктами



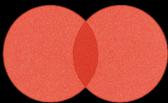
Ошибки
в отчетности



Незнание своего
клиента

Как мы пришли к текущей модели клиентской аналитики ключевые вызовы, этапы развития и уроки

Подключили CDI



Объединяет данные
из разных продуктов



Находит
и убирает
дубликаты

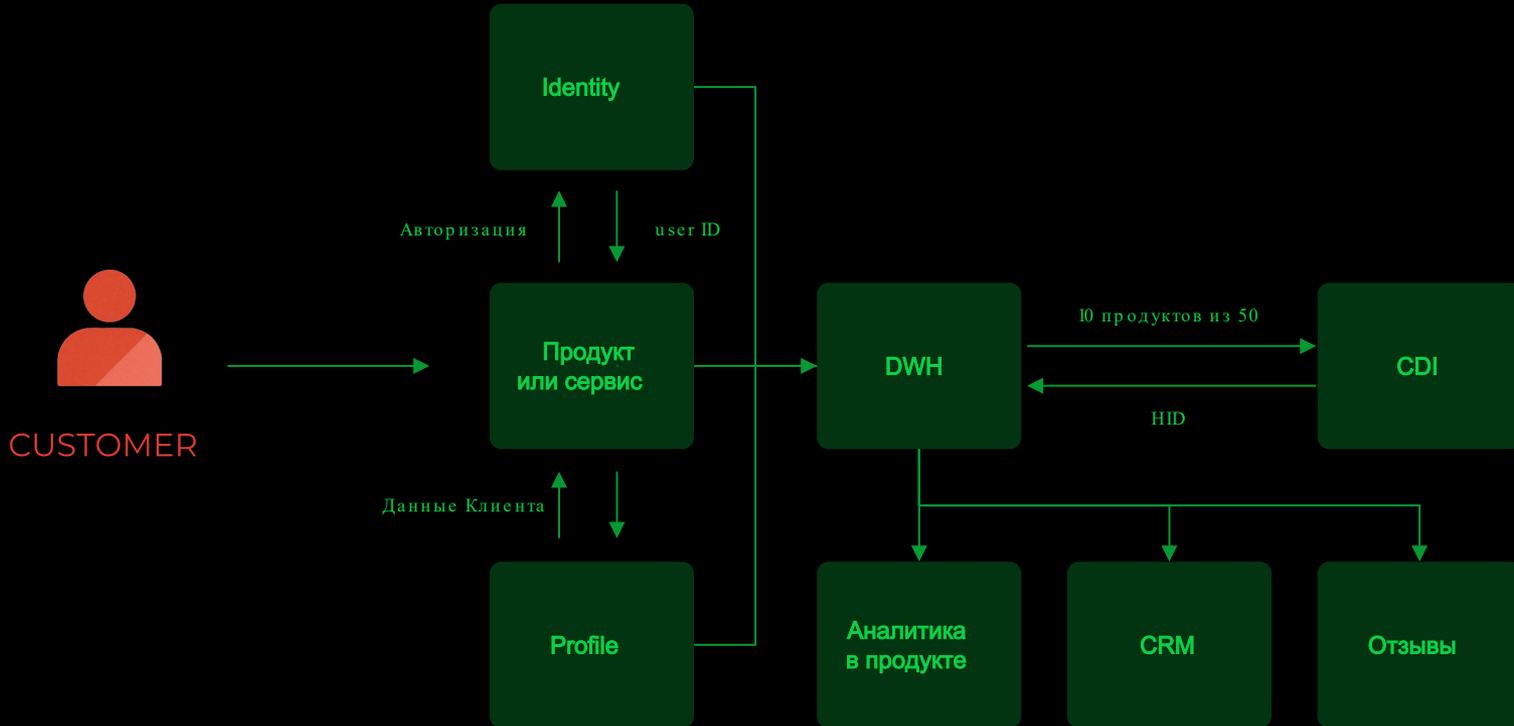


Определяет лучший
набор данных



Единый источник
«правды»
о клиенте

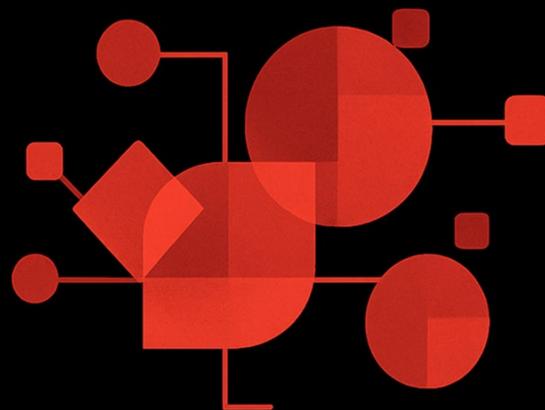
Как происходит обработка данных CDI в Сравни





 **сравни**

Где и как используем
данные о клиентах



Воронка
клиента



Портрет
клиента



CRM



Кросс -
продажи



Отзывы



Поддержка



LTV,
Retention

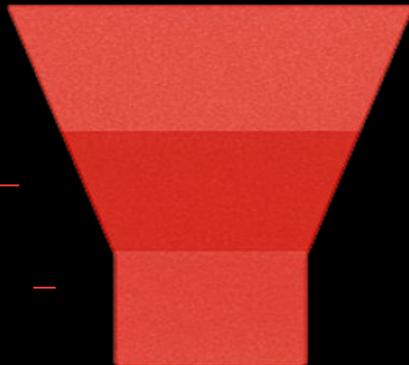


Воронка клиентов Сравни

Пользователь

Клиент с интересом

Клиент с финальной услугой



Список атрибутов

1. Продукт
2. Можно коммуницировать
3. Есть App (ios, android)
4. Есть ПД
5. Есть TID
6. Есть SberID
7. AlfaID
8. ЕСИА

Портрет клиента





 сравни

CRM

Какие используются
данные:



«Хороший» контакт
для коммуникации



Согласие
на коммуникацию



 **сравни**

Кросс -продажи

Какие используются
данные:



ОСАГО

база из CDI



Кредиты

сегментация
на основе
скоринга



**Страхование
ипотеки**

клиенты
с квартирами
по данным
из ЕСИА



Отзывы

Сейчас

С помощью данных CDI мы отображаем отзывы только тех людей, которые оформили продукты на Сравни

Планируем

Менять логику, чтобы клиент мог оставить отзыв только по оформленному продукту



 **сравни**

Поддержка

Сейчас

Поддержка использует
данные из каждого
продукта отдельно

Планируем

В следующем году
перейти
на золотую запись
клиента из CDI



LTV и Retention

Сейчас

В каждом продукте считаем свой LTV и Retention, но нет единого LTV из-за продуктовых особенностей

Планируем

Продолжить попытки, чтобы посчитать LTV на клиента



Вопросы?

