

jisp

JISP

Мобильное приложение
(текущий проект)

Персональный шоппер, впервые объединивший онлайн и оффлайн шоппинг в одно целое. Работает на территории Великобритании, где с магазинами и торговыми центрами заключаются договоры на установку терминалов Jisp Pay и маячков Jisp на основе iBeacon

Основная функциональность



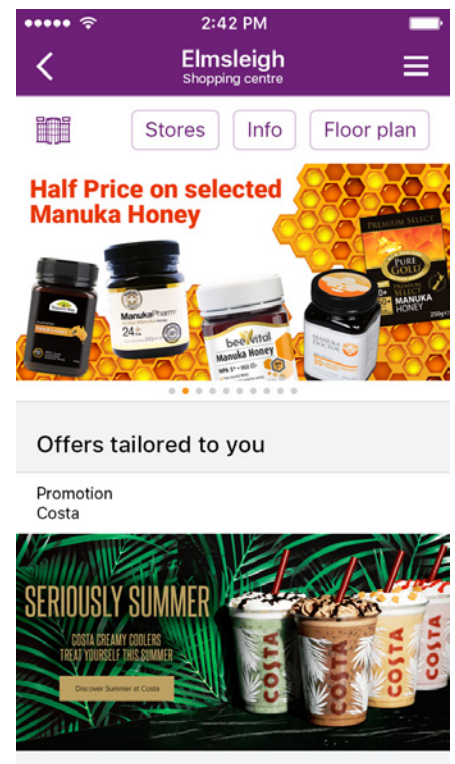
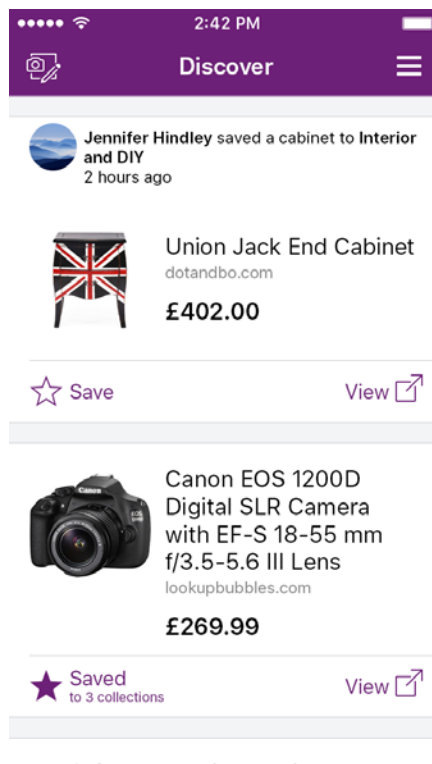
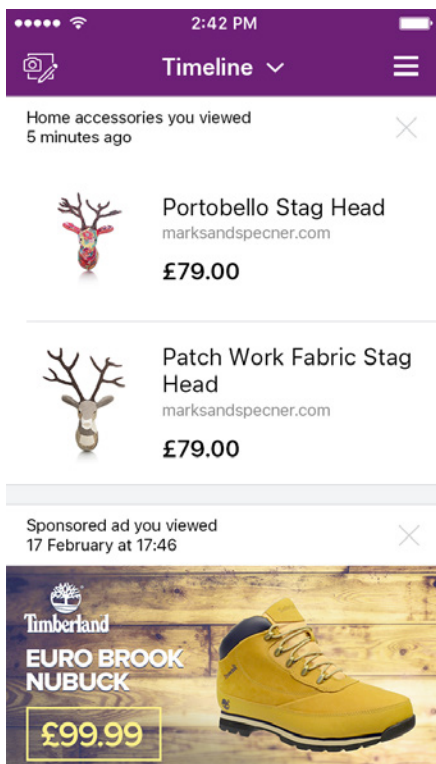
Персональный шоппер

- отслеживание покупательской активности оффлайн
- отслеживание онлайн-шоппинга
- агрегация заинтересовавших пользователя товаров, скидок, спецпредложений в единую систему
- оплата товаров без карт и наличных с помощью платежной системы JispPay
- кэшбэк за покупки
- персонализированная реклама, показ спецпредложений на интересные товарные категории от близлежащих магазинов



Для магазина:

- автоматическая загрузка товаров в систему
- отправка таргетированных уведомлений покупателям, проходящим мимо магазина (или зашедшим внутрь)
- сравнение товарных предложений магазина с пожеланиями покупателя и отправка им таргетированных предложений



С помощью алгоритмов машинного обучения удалось автоматизировать два ресурсоемких процесса:



Определение типа товара.

Информация о товаре (название, описание, бренд, категория) загружается в систему, где обрабатывается алгоритмом машинного обучения совместно с базой данных имеющихся товаров. Обработанная информация поступает на классификатор, который автоматически определяет тип и категорию товара.

Система является самообучающейся и, следовательно, учитывает изменения предпочтений пользователей и снижает процент ошибок системы в целом.

Определение типа товара

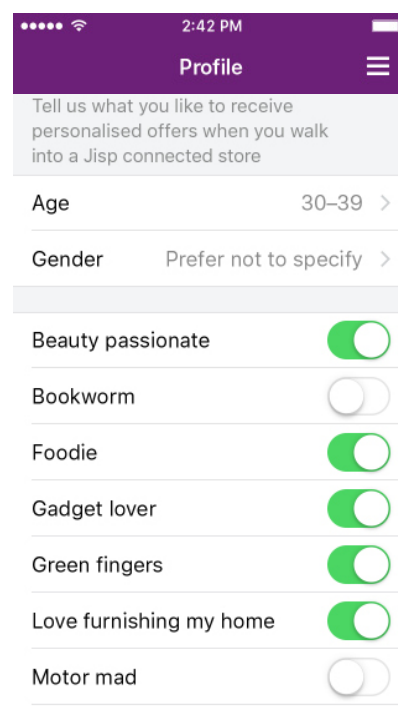


Рекомендации для пользователя.

Рекомендательная система для пользователей имеет две ветви: одна использует предоставленную пользователем информацию о себе, а вторая — его историю.

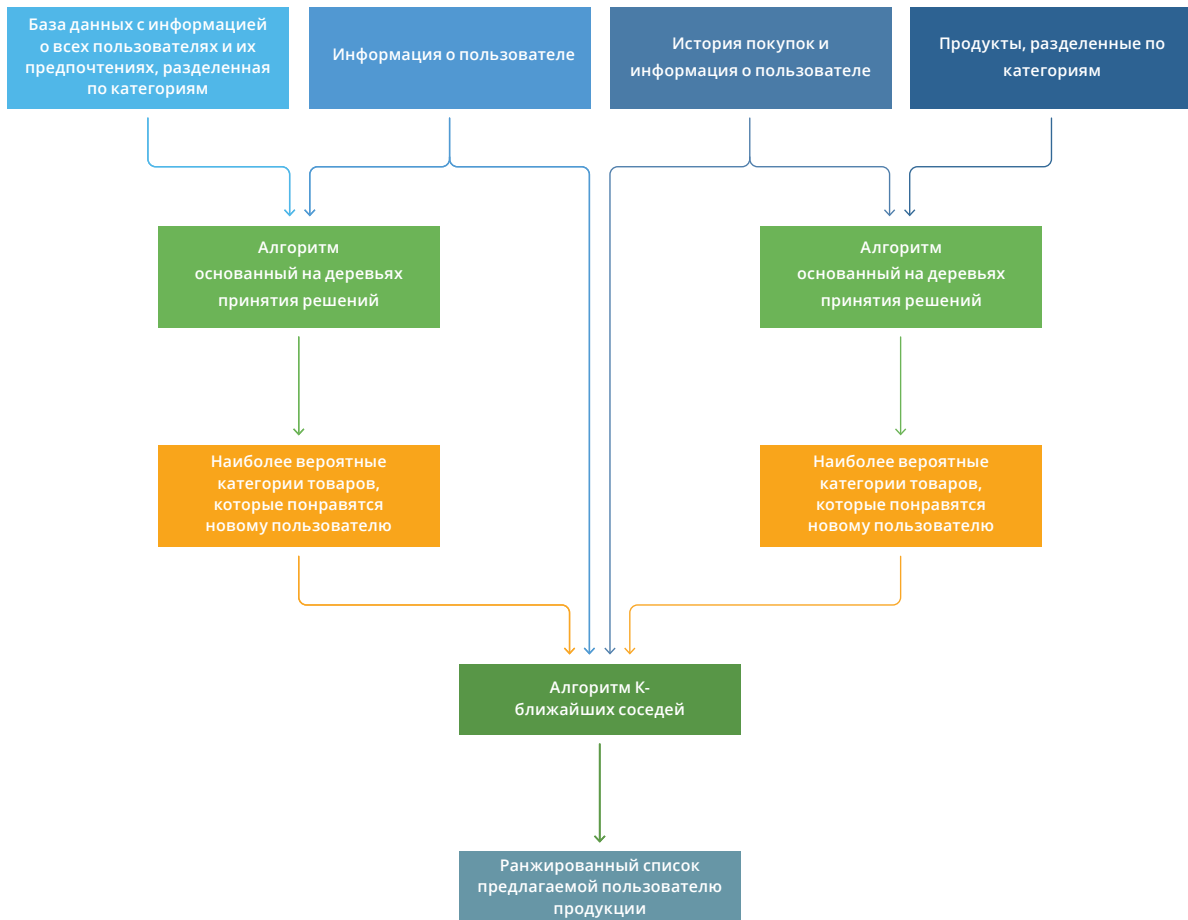
Для клиентов, которые не впервые покупают товары в магазине, рекомендации строятся по схеме:

- Информация о покупках, поведении на сайте и все категории продуктов с сайта обрабатываются алгоритмом, основанном на деревьях принятия решений. В результате работы системы получается список продуктов, которые могут быть интересны пользователю.
- Далее этот список и информация о пользователе, также обработанная алгоритмом машинного обучения, объединяются в ранжирующем алгоритме, и посетитель сайта видит персональный список потенциально интересных ему продуктов.



В случае, если пользователь не предоставил персональные данные, используется только история. Если же система не имеет данных о пользователе и у него слишком маленькая история – предлагаются наиболее популярные товары до тех пор, пока система не сможет адаптироваться.

Рекомендации



Результат

Алгоритмы машинного обучения обрабатывают постоянно пополняющуюся базу данных из тысяч товаров, автоматически распределяя их по категориям и подкатегориям.

Каждый клиент на основе предоставленных им данных и истории покупок получает персонализированный список товаров, спецпредложений из близлежащих магазинов.