«АксТим» (ex-Accenture) перенесла маркетинг IDS Borjomi Russia в «Яндекс.Облако»

Тематика: **IT и телекоммуникации**
Корпоративные новости

Дата публикации: 12.07.2022

Дата мероприятия / события: 12.07.2022

г. Москва

Специалисты ООО «АксТим» (ex-Accenture) реализовали бесшовную миграцию платформы для анализа промо-активностей из облака иностранного сервис-провайдера для IDS Borjomi Russia, российского подразделения IDS Borjomi International. Это позволит IDS Borjomi Russia продолжать использовать ранее внедренное решение NRM с полной гарантией безопасности процессов и данных.

Платформа Net Revenue Management (NRM) была разработана «АксТим» (тогда команда работала под брендом Accenture) для IDS Borjomi Russia в 2021 году. Это оригинальное решение на базе машинного обучения и big data технологий, которое позволяет аналитикам бренда прогнозировать и рассчитывать фактическую эффективность промо-активностей на розничном рынке.

На базе NRM-платформы маркетологи IDS Borjomi Russia могут согласовывать промо на всех уровнях, вести расчет ROI, строить отчетность и визуализировать данные, а также выполнять план-факт анализ и быстрый аудит любых рекламных активностей. Гибкость архитектуры платформы (используются решения с открытым кодом) помогает тестировать гипотезы и повышать точность и результативность маркетинговых акций.

Поскольку NRM-платформа использует большие данные, оптимальной средой вычислений для нее является облако. Ранее платформа работала в облаке американского сервис-провайдера AWS, но с начала марта 2022 года он приостановил обслуживание клиентов в России и Белоруссии. IDS Borjomi Russia потребовалась быстрая и бесшовная миграция платформы в российское облако.

Всего за несколько недель специалисты «АксТим» помогли IDS Borjomi Russia развернуть Dev/Prod Kubernetes кластеры в «Яндекс.Облаке», настроить Gitalb CI\CD (непрерывную интеграцию и доставку), логирование, мониторинг системы (FluentBit, Yandex Cloud Logging, «Яндекс Мониторинг»). Было проведено тестирование NRM-платформы в «Яндекс.Облаке», а также обновлена техническая документация.

«Особенность проекта заключается в переносе так называемых «управляемых сервисов». Такие сервисы не нужно самостоятельно разворачивать, их обслуживание берет на себя облачный провайдер, достаточно лишь выбрать подходящие параметры. У разных провайдеров список таких управляемых сервисов и их реализация может отличаться», — отметил **Антон Меркулов, директор по развитию направления продвинутой аналитики ООО «АксТим» (ex-Accenture).**

По его словам, связанные с этим сложности удалось решить. Например, процесс автоматизации сборки приложения в AWS было невозможно перенести в «Яндекс.Облако» в неизменном виде. Команде пришлось разворачивать Gitalb и переписывать процесс CI\CD.

«Дополнительно надо учитывать, что некоторые сервисы «Яндекс Облака» находятся в режиме preview. Нужно быть готовым, что во время переноса функционала могут возникнуть трудности, которые потребуют дополнительных временных затрат», — пояснил **Дмитрий Бородовицын, руководитель отдела по управлению ИТ-продуктами IDS Borjomi Russia.**

В результате миграция в новое облако прошла всего за один месяц. Для компании было важно как можно скорее провести миграцию на новую платформу и подключить к ней всех пользователей.

В будущем партнерами планируется объемное развитие NRM-решения: добавление новых каналов дистрибуции, добавление факторов в текущую ML модель, кастомизация решения для лучшей интеграции с крупнейшими ритейлерами и другие улучшения функциональности.

Напомним, 12 апреля 2022 года компания Accenture объявила о полной передаче российской части бизнеса локальному руководству. Новая консалтинговая технологическая компания будет полностью независимой от международной сети Accenture. В настоящее время команда работает над созданием нового бренда на отечественном рынке.

Постоянная ссылка на материал: http://www.smi2go.ru/publications/145228/