

Case Study
Как ShelfMatch борется
с цифровым мошенничеством в мерчендайзинге



SHELFMATCH

МОШЕННИЧЕСТВО В МЕРЧЕНДАЙЗИНГЕ:

Случаи мошенничества (фрода, *fraud* – англ. “обман”, “фальсификация”) в мерчендайзинге неизбежны и разнообразны. Полевой персонал изобретателен на различные уловки, чтобы работать меньше, а зарабатывать

больше. Поэтому для компаний, пользующихся услугами мерчендайзеров, всегда актуален вопрос аудита и проверок деятельности сотрудников.

ЦЕЛИ МОШЕННИЧЕСТВА:

Искусственное повышение производительности

Поскольку торговые представители, занятые съемкой витрин и составлением отчетов, имеют сдельную оплату труда, то манипулирование фотографиями позволяет создать видимость бОльшего количества посещенных точек продаж и отснятых витрин – и, соответственно, получить бОльшее вознаграждение.

Искусственное достижение KPI

Другой случай, когда гонорар специалиста зависит не от количества сделанных фотографий, а от качества работы, то есть достигнутых KPI. В этом случае чем более качественные с точки зрения выкладки фотографии он предоставит заказчику, тем больше баллов и, как следствие, большую выплату он получит.



Способы мошенничества одинаковы по всему миру. Основные – создание дубликатов фотографий, некачественная съемка, перефотографирование изображений с идеальной выкладкой с экранов мобильных устройств и полиграфических носителей.

КЛИЕНТ (NDA):

Оптово-розничный дистрибьютор слабоалкогольных и безалкогольных напитков. Привлекают на работу некоторое количество собственных торговых

представителей, но пользуются услугами нескольких крупных мерчендайзинговых агентств. Большой оборот фотоматериалов в связи с большим количеством ТТ.

Более 50 SKU в ассортименте

150 000 точек продаж по всей территории РФ

Прямые поставки в 300+ городов РФ

ВЫЯВЛЕННАЯ С ПОМОЩЬЮ SHELFMATCH ПРОБЛЕМА:

Одно из мерчендайзинговых агентств, с которыми сотрудничал клиент, регулярно в отчетах присылало одну и ту же фотографию стеллажа.



40%

Составил процент мошенничества в общем объеме отчетов от данного агентства





Дублирование фотографий – наиболее распространенный тип мошенничества. Мерчендайзер загружает в систему одну и ту же фотографию с промежутком несколько дней или недель. Фотография может быть реальным снимком из торговой точки, а может быть и скачанной из специальной подборки: у мерчендайзеров существуют группы и чаты по обмену качественными фотографиями полок, в которых собрана большая база изображений.

Смысл такой уловки – не нанести визит в магазин, но отправить супервайзеру старое неактуальное фото полки с товарами, как если бы сотрудник реально посетил торговую точку.

ЧТО СДЕЛАЛ КЛИЕНТ:

Клиент очень обиделся на агентство. И даже оштрафовал его. И прекратил сотрудничество. Однако мы понимаем, что агентство само оказалось жертвой обмана со стороны собственных сотрудников.

ЧТО СДЕЛАЛО АГЕНТСТВО:

Выплатило клиенту штраф, а потом попросило нас сделать им сервис контроля дубликатов, качества и экранных копий: «**Мы не хотим повторения подобных случаев и не хотим терять деньги и репутацию.**»

ЧТО ПРОИСХОДИТ СЕЙЧАС:

Наиболее актуальный фрод для клиента на данный момент – фотографии с экрана и фото плохого качества.



Нередки случаи, когда **сотрудники загружают в систему фотографии плохого качества**, которые невозможно правильно распознать и, соответственно, по которым невозможно провести качественный аудит.

Это могут быть засвеченные, смазанные, нечеткие фотографии, снимки, сделанные под случайным углом, фотографии, на которых не виден весь стеллаж, и прочие негодные файлы.

Причина, по которой сотрудники делают такие фото, — это **заданный объём данных**. Проще сделать и отправить супервайзеру много некачественных фото в надежде на «авось», чем стараться делать качественные, добротные снимки.

И, конечно, играет роль человеческий фактор: все могут ошибаться и нечаянно сделать плохую фотографию.

А вот перефотографирование экрана – это заведомый подлог.

Наибольшую сложность представляет собой **отслеживание фотографий с экрана**. Чем больше мы вылавливаем случаев подлога, тем изощреннее начинают действовать сотрудники (более четко фотографировать экраны). Ну и retina-дисплеи вкупе с высококачественной оптикой камер тоже играют на руку недобросовестным «спецам».

Для успешного решения этой задачи мы **постоянно совершенствуем нейронные сети** (вновь и вновь переобучаем нейросети на новые фотографии). Ежедневно ShelfMatch отлавливает десятки и сотни случаев фрода.

Клиент штрафует недобросовестных сотрудников и экономит на ФОТ.

