

BIG DATA КАК КОНКУРЕНТНОЕ ПРЕИМУЩЕСТВО В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА

А также подразумевая: Data Mining, Machine Learning и
Knowledge Discovery in Databases (KDD)



Кащеев Глеб

BIG DATA ИЗМЕНИТ ЖИЗНЬ К ЛУЧШЕМУ

- Город без пробок
- Помощь врача до проявления симптомов болезни
- Нужные вам товары всегда в наличии
- Отсутствие надоедливой рекламы



МИФЫ

«Big Data как секс у подростков:

- все говорят об этом,
 - никто реально не знает что это такое и что с этим делать,
 - каждый думает, что другие уже успешно это делают и
 - каждый заявляет что тоже успешно это делает.»
-

BIG DATA УЖЕ МЕНЯЕТ МИР

- Существует алгоритм в 70% случаев верно определяющих любовников среди друзей в Facebook,
- Даже если они не афишируют свои отношения.
- И даже с вероятностью 80% прогнозируют вероятность распада такого союза в ближайшее время.



БОЛЬШОЙ БРАТ

- Google может с 90% вероятностью определить человека даже после смены сим карты и телефона.
- А также с 80% вероятностью предсказать куда вы пойдете и с кем встретитесь.
- Иногда – до того как вы сами приняли решение



BIG DATA И БЕРЕМЕННОСТЬ

Tesco Bank узнает про
беременность женщины раньше
ее мужа



ВЫ ВЕДЬ ТОЖЕ ХОТИТЕ НАСТОЛЬКО ЗНАТЬ
КЛИЕНТОВ?

А ЧТО В РЕАЛЬНОСТИ ?

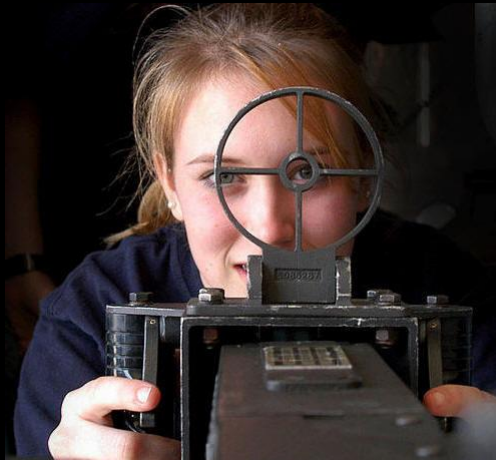
РЕКЛАМА ЗА 170 ЛЕТ



Волми Палмер грустит

РЕКЛАМА

- Инструмент фактически не изменившийся за 170 лет.



RTB

- Технология отличная – а данных нет



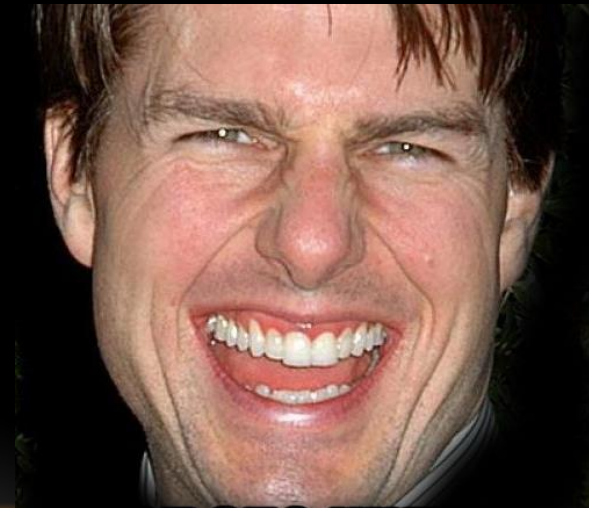
BIG DATA

- Максимальная эффективность – залог выживания и развития в кризис



ЕЩЕ МИФЫ

- Big Data – это данные о веб активности пользователя
- Big Data - это для RTB рекламы
- Банкам Big Data нужна только для скоринга



Данные о веб активности

Поисковые запросы,
посещенные сайты, соцдем

Данные о
покупках
и платежах

Связи
между
пользователями

Модели
поведения
клиента

Большинство
думает, что
Big Data здесь

Внутри компании

Big Data

4 ПРОСТЫХ ШАГА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ BIG DATA

1

Портрет
клиента

2

Поиск
клиентов в
контактах

3

Cross sale

4

удержание



ШАГ 1 – СОСТАВЛЯЕМ МОДЕЛЬ «ХОРОШЕГО КЛИЕНТА»

Находим
лучших
клиентов

Составляем
портрет
«идеального
клиента»

модели
поведения

Определяем
каналы



ШАГ 2 ПРИМЕНЯЕМ МОДЕЛЬ



ШАГ 3 – CROSS SALE



ШАГ 3

Пример: Крупнейшие продавцы авиабилетов давно могли бы предугадывать время и место следующей поездки клиента и высылать ему спецпредложения на билеты, когда он только начинает планировать отпуск.



ШАГ 4 УДЕРЖАНИЕ

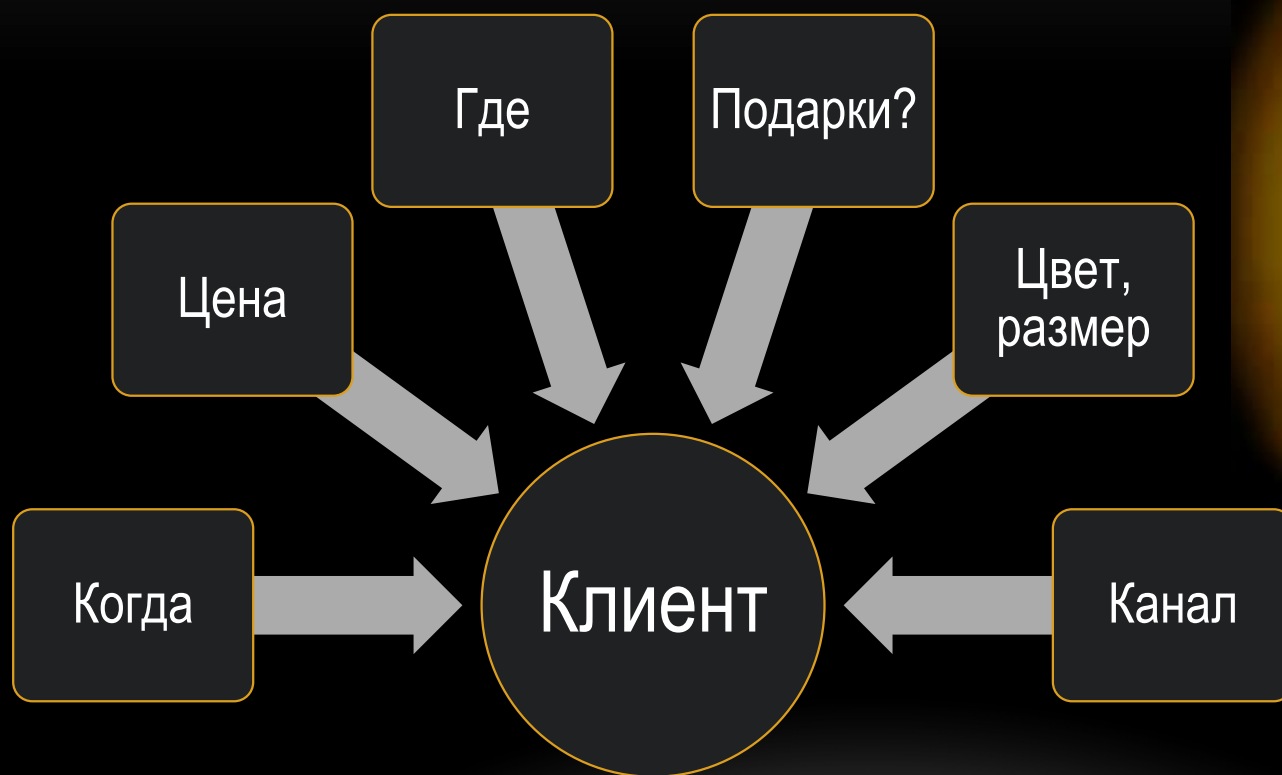
Разработка нового продукта
Коррекция старого



Это все просто и очевидно.

Переходим к менее очевидным вещам

БОНУСЫ – ЧТО МЫ ЕЩЕ ЗНАЕМ



Больше всего о человеке и компании говорят...

платежи.

Скажи кому ты платишь – и я скажу кто ты.

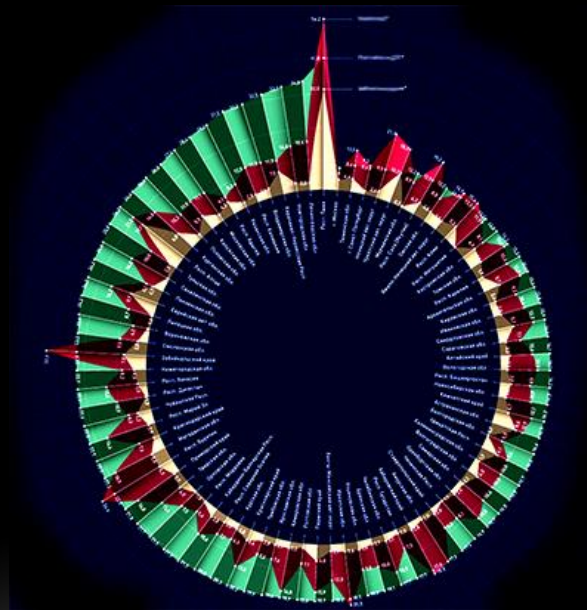
БАНКИ ЗНАЮТ ВСЕ

ЧТО ВИДНО СВЕРХУ

- Общая картина потребления любого продукта
- Аффилированность юрлиц.
- Взаимосвязи между отраслями и отдельными группами клиентов
- Эффективность рекламы любой компании

ЧТО ВИДНО СВЕРХУ

- Можно делать макроэкономические прогнозы по развитию бизнеса в любом регионе и отрасли.



ЧТО ВИДНО СВЕРХУ

- Для любой компании и любого продукта можно сделать точный прогноз объема рынка и числа потенциальных клиентов
- Даже без участия компании



ЕСЛИ У ВАС МНОГО ДАННЫХ О КЛИЕНТАХ

Вы понимаете клиента лучше, чем он сам, так как знаете как работают наиболее успешные похожие компании.



ПРОДАЖА ЛИДОВ



ПРОДАЖА ЛИДОВ БЕЗ РАСКРЫТИЯ КОНТАКТА

- *Пример: Тинькофф банк продает магазинам возможность дать персональную скидку тем клиентам, которые у них покупают часто и много, и другим, похожим на них.*

ЧТО ЕЩЕ МОЖНО ПРОДАТЬ

- Таргетированная персональная реклама в системе онлайн-банкинга.
- Таргетированная реклама в бизнес-SaaS приложениях
- Подсказать клиенту кому сбыть неликвиды
- покрыть назревающий кассовый разрыв, предложив вовремя кредит.
- Рекомендовать офис рядом, и существенно дешевле

Кстати – это все можно «продать» и себе, оптимизировав свои расходы.

BIG DATA – “НАВИГАТОР” ДЛЯ БИЗНЕСА

- Big Data – «GPS навигатор» для бизнеса.
- Если следовать рекомендациям Big Data - всегда получается дешевле, эффективнее и выгоднее.
- Чем больше открытой информации на рынке, тем лучше рынку и проще вести бизнес.
- Чем больше вы делитесь данными – тем ближе счастливое будущее.

