

Аналітика великих даних у торгівлі

як цифрові сліди споживача трансформуються
в ефективні бізнес-рішення

Андрій Роскладка

Завідувач кафедри цифрової економіки та системного аналізу,



Анатомія цифрового сліду

Активний слід

Свідомі дії споживача в цифровому просторі

- Пости у соціальних мережах
- Коментарі та лайки
- Пошукові запити
- Відгуки про товари

Пасивний слід

Автоматично зібрані метадані про активність

- IP-адреса та геолокація
- Історія переглядів
- Час перебування на сайті
- Cookie-файли

Data Science Bridge

Перетворення неструктурованих даних на маркетингову перевагу



Сирі дані

Терабайти інформації з різних джерел



Алгоритми

Машинне навчання та аналітичні моделі



Рішення

Персоналізовані маркетингові стратегії

Джерела Big Data

Сучасні системи збору даних про споживачів



Мобільні додатки

Геолокація, поведінка у додатку, інтеракції з функціями



POS-термінали

Транзакційні дані, покупкові патерни, історія замовлень



Веб-трекери

Cookie, пікселі відстеження, метадані переглядів



IoT-пристрої

Розумні пристрої, які фіксують щоденні активності користувача

Профіль 360°

Цифровий двійник споживача: повна картина поведінки та переваг



Інтереси

Теми, категорії, хобі



Локації

Географія відвідувань



Покупки

Історія транзакцій



Пристрої

Типи та моделі



Активність

Час та частота



Дохід

Покупівельна спроможність

Механіка рекомендацій

Collaborative Filtering: як ШІ розуміє ваші переваги

01

Аналіз поведінки

Система вивчає історію ваших дій та оцінок

03

Колективна фільтрація

Використовує переваги схожих користувачів

02

Пошук схожих користувачів

Визначає групи з аналогічними інтересами

04

Персоналізовані пропозиції

Генерує рекомендації, що відповідають вашим смакам

Кейс Amazon

Система 'Customers who bought this also bought'

35%

Збільшення
конверсії

Від персоналізованих
пропозицій

60%

Обсягу продажів
Через рекомендаційну
систему

2.5B

Персоналізованих
пропозицій
Щодня для мільйонів
користувачів



Кейс Netflix

Персоналізація обкладинок фільмів для кожного користувача



Аналіз переваг

Система вивчає жанри, акторів, тривалість переглядів

Адаптивні обкладинки

Відображає різні зображення в залежності від користувача

Тестування варіантів

А/В тестування обкладинок для максимізації клікабельності

Результат: зниження відтоку клієнтів (Churn Rate) на 4%



Цифровий слід споживача

Від аналітики до прибутку

Динамічне ціноутворення

Алгоритми Machine Learning змінюють ціни в реальному часі залежно від попиту, залишків та профілю користувача



Попит

Реальний попит на продукт



Залишки

Доступність на складі



Профіль

Історія покупок



Ціна

Оптимізована ціна



Прогнозування відтоку клієнтів

Churn Rate

Data Science виявляє незадоволених клієнтів через патерни поведінки ще до відходу до конкурента

1

Збір даних

2

Аналіз патернів

3

Прогноз відтоку

4

Ретеншн-стратегія



Sentiment Analysis

Аналіз настроїв через NLP



Відгуки у соцмережах

Тисячі коментарів



NLP-технології

Обробка тексту



Карта емоцій

Чітка візуалізація





Кейс: Starbucks

Екосистема даних

\$26B

Оборот

30K

Кав'ярень

23M

Членів

Мобільний додаток і програма лояльності перетворили кав'ярню на IT-гіганта

Гейміфікація Starbucks

Персоналізація через предиктивні пуш-повідомлення



Етика та приватність

GDPR: межа між сервісом та стеженням

Збір даних

Згода користувача

Анонімізація

Фундамент довіри

Безпека

Шифрування



Майбутнє: Предиктивне СПОЖИВАННЯ

Модель «Ship-then-Shop»



Прогноз ШІ

Аналіз патернів



Доставка

Товар клієнту



Рішення

Купити чи повернути



Висновки для маркетологів

Дані – нова нафта

Стратегічний ресурс

Гіперперсоналізація

Стандарт ринку

Синергія

Аналітика + маркетинг



Дякую за увагу!

Питання?

