

Jak propojit data z pohledu marketingu

Jan Egem
Managing Director
KBM Group



Jak velká jsou Big Data?



2,7 zetabytů digitálních dat (27+21 nul).



50x více do roku 2020.



90% vytvořeno za poslední 2 roky.



Za dva dny více dat než do roku 2003.

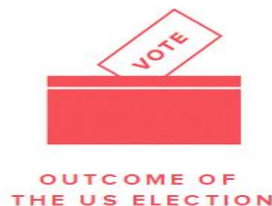
Big Data již
používáme, ale
primárně mimo
komerční
segment.



L.A.P.D. předpovídá kriminalitu.



Google analýzou KW predikuje chřipku.



Předpověď volebních výsledků.



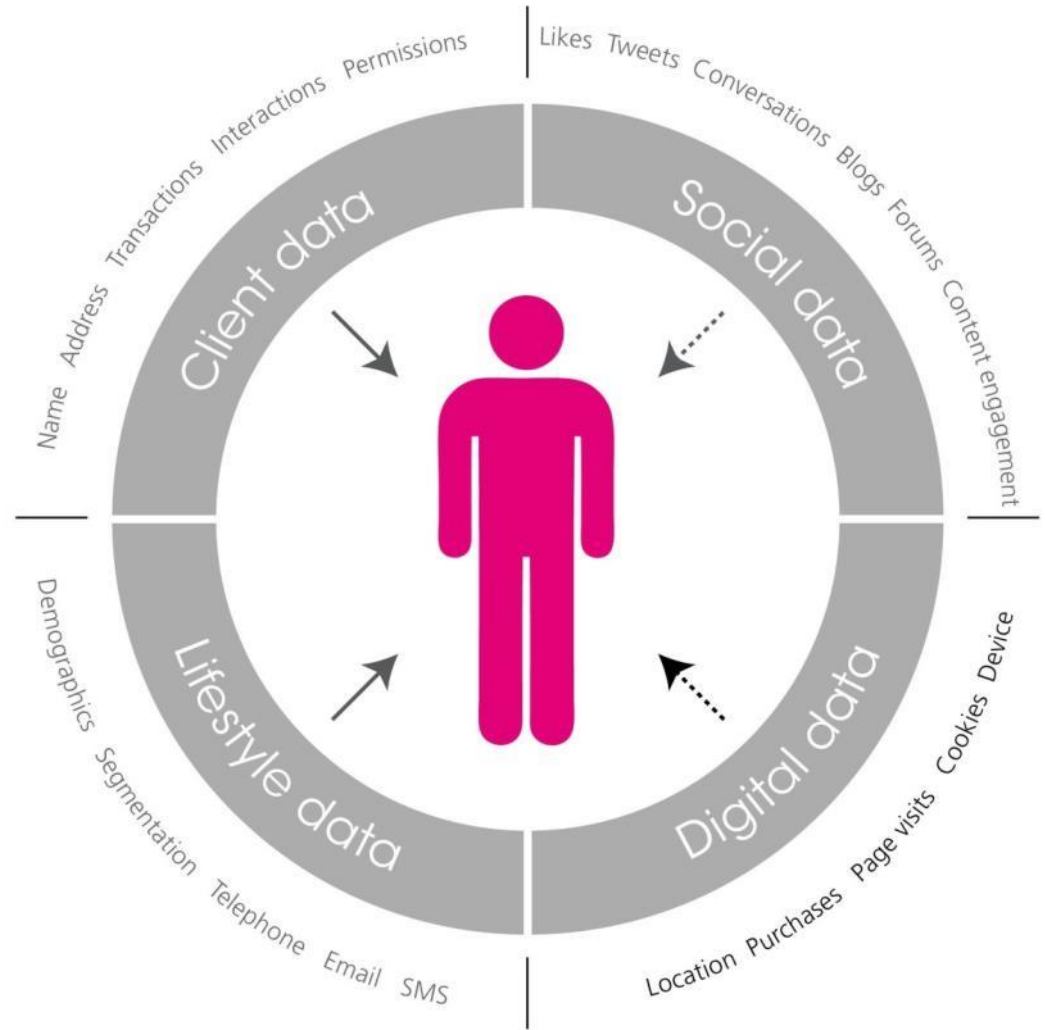
Data z mobilů plánují MHD.



Firmy již bez problémů dokáží data sledovat a uchovávat. Nedokáží je ale propojovat.



Connected Customer - Master Data Management





Není to žádná věda

Amazon:

1. Purchased shopping carts
2. Items added to carts but abandoned
3. Pricing experiments
4. Packaging experiments
5. Wish lists
6. Referral sites
7. Dwell times
8. Ratings by you or those in your social network
9. Demographic information
10. User segmentation
11. Direct marketing CTR data
12. Click paths in session

Několik kejsů a aktuálních trendů

Clubmatas

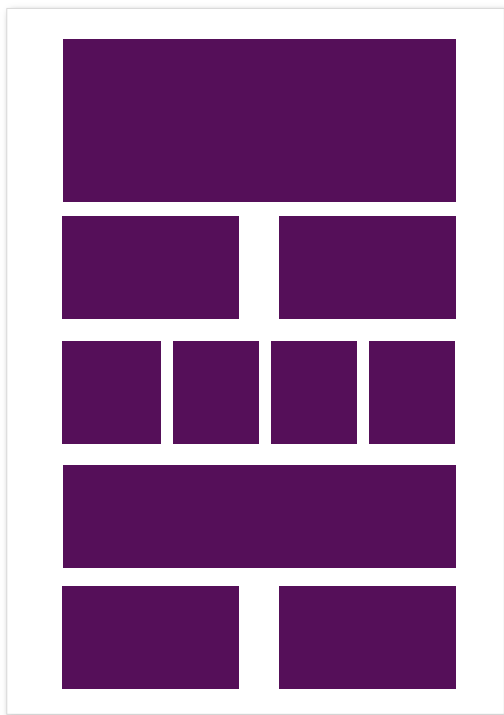
- Největší kosmetický řetězec v Dánsku s 300 obchody
- Nyní největší věrnostní program v Dánsku



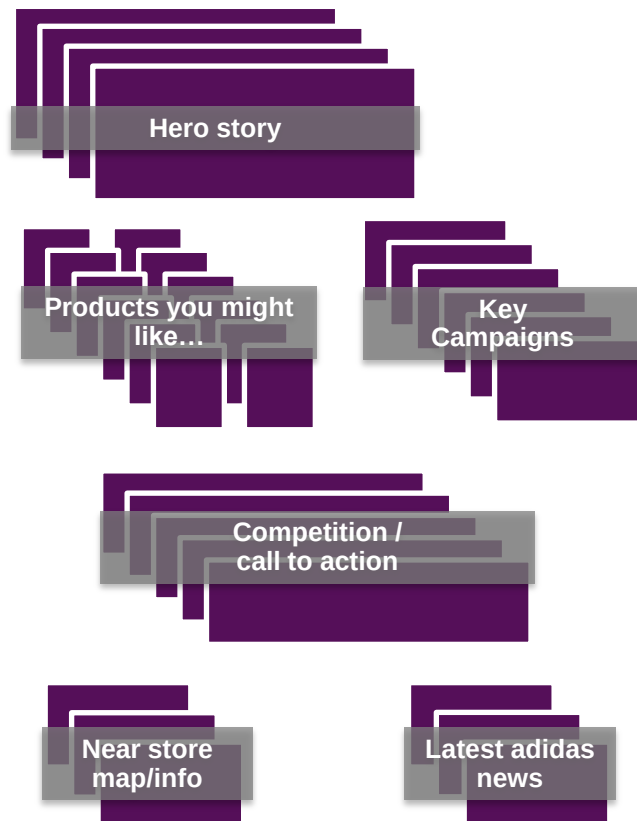
Personalizace přes všechny kanály



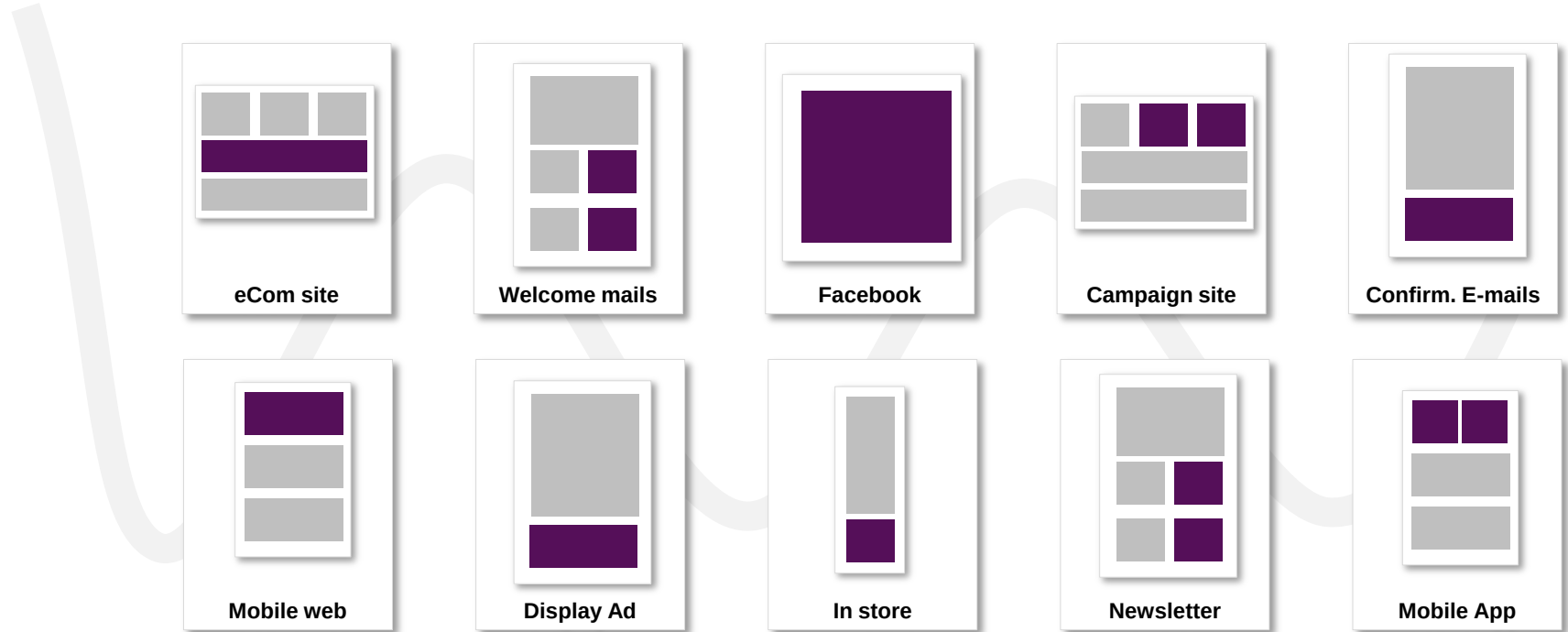
Personalizace je tvořena cílenými bloky informací



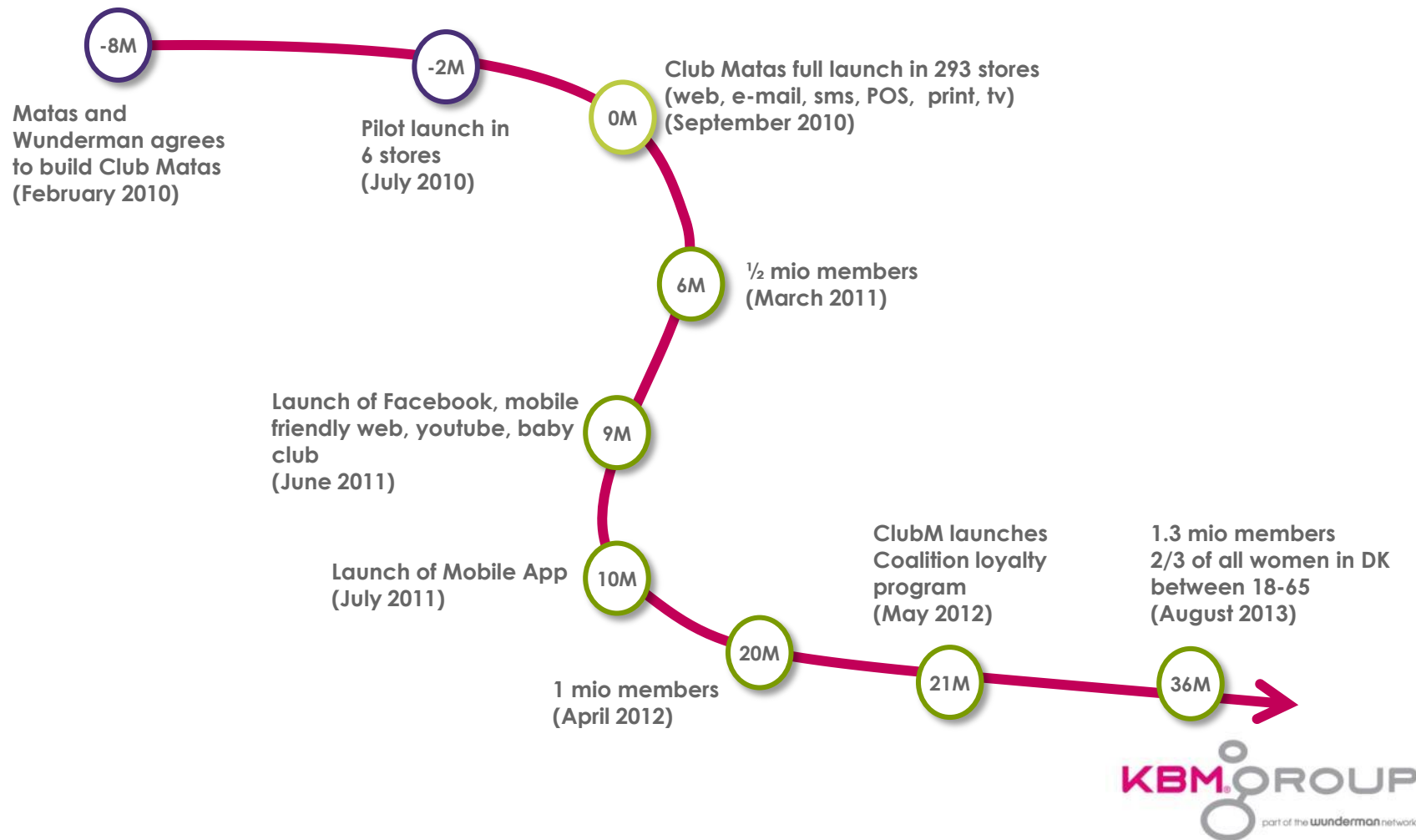
Dynamic template blocks



Engagement ovlivňuje následující komunikaci



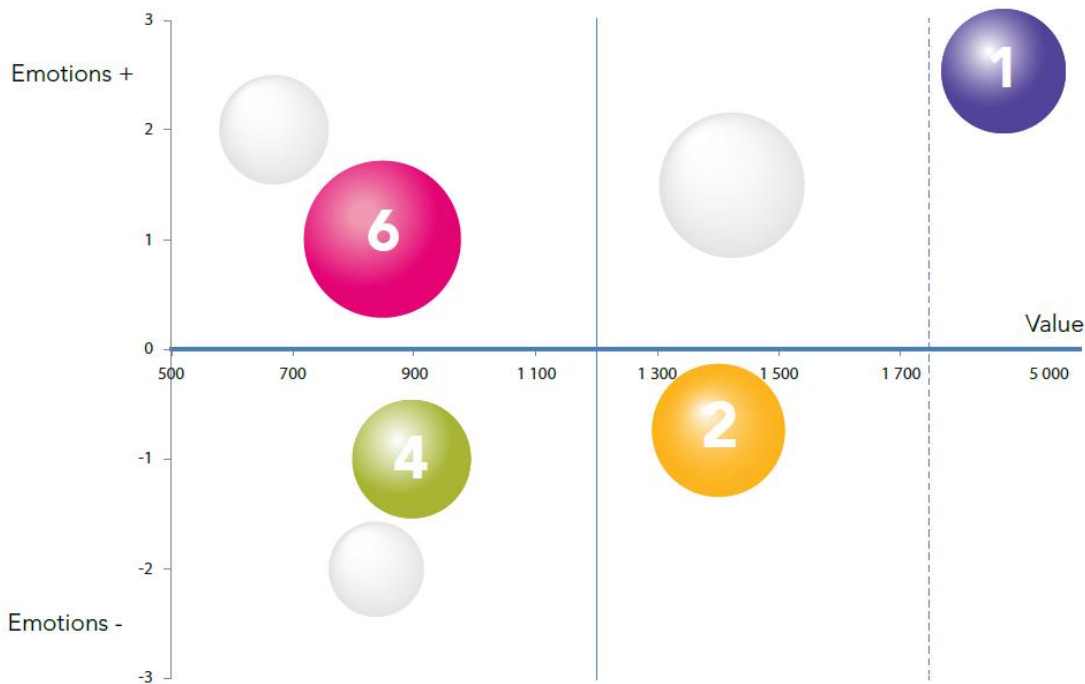
Každá druhá žena v Dánsku je členkou klubu





- Největší slevový portál v ČR s více než miliónem zákazníků
- Obohacení klasické segmentace na transakčních datech o data z Facebooku

Segmentace obohacená o Facebook data zákazníků



1 Value for Money Seekers



2 Urban Yuppies



4 Small Town Fun Seekers



6 Travellers

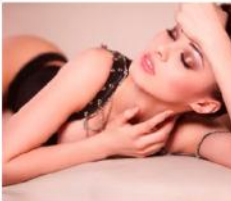


Transakční data

Facebook data

- Průměrné revenue
- Objednává: jídlo, zábavu
- Web: zábava, jídlo, nadprůměrně i ostatní
- Pohlaví: nejvíce mužů mezi segmenty
- Platba: nadprůměrně kartou
- Věk: medián XX let
- Newsletter: XX %

- Starší teenager, pracuje, právě dokončil univerzitu, svobodný, má peníze, chce se ukázat
- Insight – jsem king, mám peníze, fun & status
- Velká města – Praha, Brno
- Status – Starbucks, CCC Shoes, Maxim
- Zábava – Potřebuji dovolenou, Zelená, Fotbálek, Češky jsou nejkrásnější ženy na zeměkouli
- Politika - TOP 09





- Odraz životního stylu ve spotřebovávaných značkách
- Dominantní Brand Story pro každého zákazníka

Základem jsou transakce na platebních kartách

▶ 31.1.2014 (3 dny)	platba kartou 3001	XXXXXXXXXXXX3152 APPLE ONLINE STORE CZ 800-701-391	- 10 459,00 CZK
	 Doplněte popis transakce	30012014	
▶ 31.1.2014 (3 dny)	platba kartou 3001	XXXXXXXXXXXX1585 970170 Kaufland Česká Praha 4 - MI	- 250,60 CZK
	 Doplněte popis transakce	30012014	
▶ 29.1.2014 (5 dnů)	platba kartou 2801	XXXXXXXXXXXX1585 970158 Kaufland Česká Praha 4 - MI	- 275,00 CZK
	 Doplněte popis transakce	28012014	
▶ 27.1.2014 (7 dnů)	platba kartou 2301	XXXXXXXXXXXX3152 LEKARNA HARFA PRAHA 9	- 230,00 CZK
	 Doplněte popis transakce	23012014	
▶ 27.1.2014 (7 dnů)	platba kartou 2601	XXXXXXXXXXXX3152 RAUTIS, A.S. PONIKA	- 1 405,00 CZK
	 Doplněte popis transakce	26012014	
▶ 27.1.2014 (7 dnů)	platba kartou 2601	XXXXXXXXXXXX3152 H & M STERBOHOL PRAHA	- 299,00 CZK
	 Doplněte popis transakce	26012014	
▶ 27.1.2014 (7 dnů)	platba kartou 2601	XXXXXXXXXXXX3152 947941 Interspar Praha Praha 10	- 1 948,52 CZK
	 Doplněte popis transakce	26012014	
▶ 23.1.2014 (11 dnů)	výběr hotovosti ATM 2301	XXXXXXXXXXXX3152 358 ČS, OC Galerie Ha Praha 8	- 7 500,00 CZK

- Analyzujeme transakční data z používání debetních a kreditních karet.

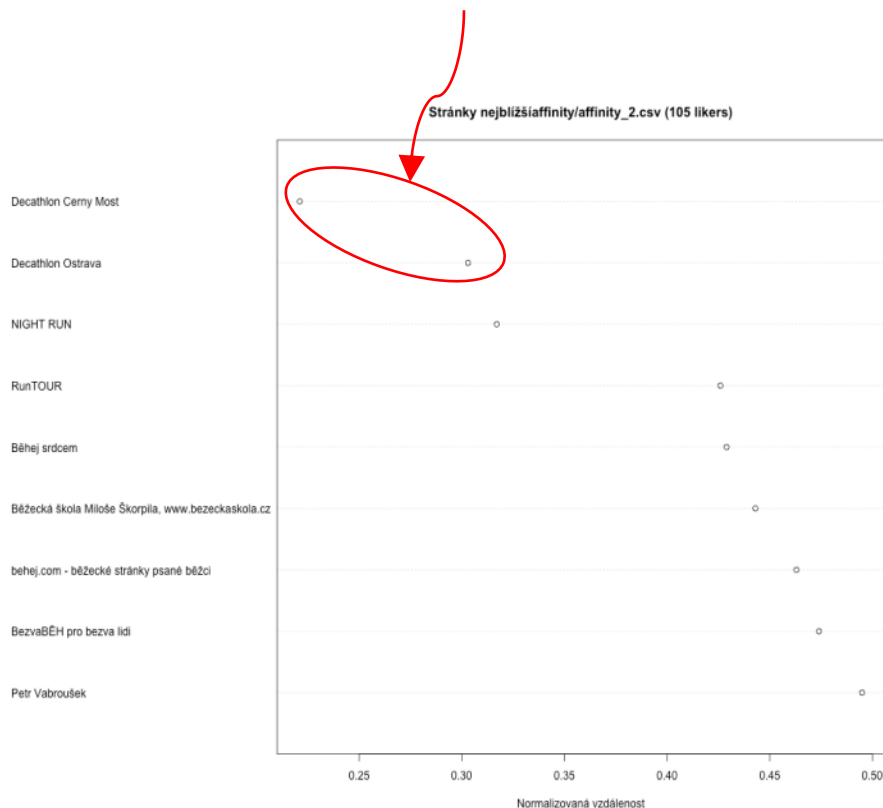
hm weeyyyalbert endyyyalbert
mpzxxxgi weeyyyprser
endyyypkrser vtu mpzxxxgib
pharmea harmonia karna
weeyyysija weeyyyosiva hrusk
hypernova tercia vscht
weeyyydajas weeyyysuz
palacschonberg

- Výstupem analýzy je řádek sdružující značky objevující se v datech
- Značky v daném řádku charakterizují určitý vzorec nákupního chování.

Brand Story 1 - „Běžec“

Hard data
obohacujeme
výstupy ze
sociálních
médií s
vysokou
afinitou ke
značkám.

[sport ii oc weeyyya weeyyyintersport weeyyyisportisimo endyyya stores point free olympia weeyyyalpro endyyysportisimo weeyyyzkd weeyyydecathlon futurum weeyyyrock weeyyyhudy shop weeyyytravel](#)



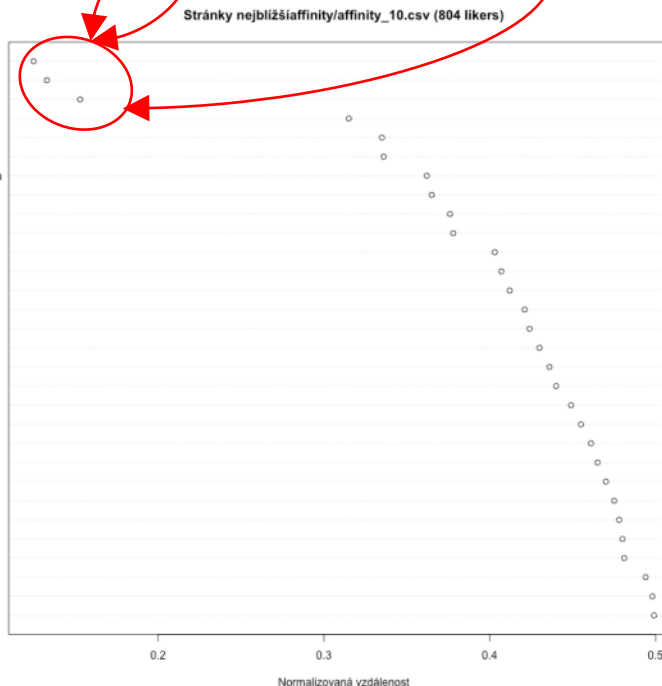
DECATHLON

Brand Story 2 - „Aktivní mladá žena“

Hard data
obohacujeme
výstupy ze
sociálních
médií s
vysokou
afinitou ke
značkám.

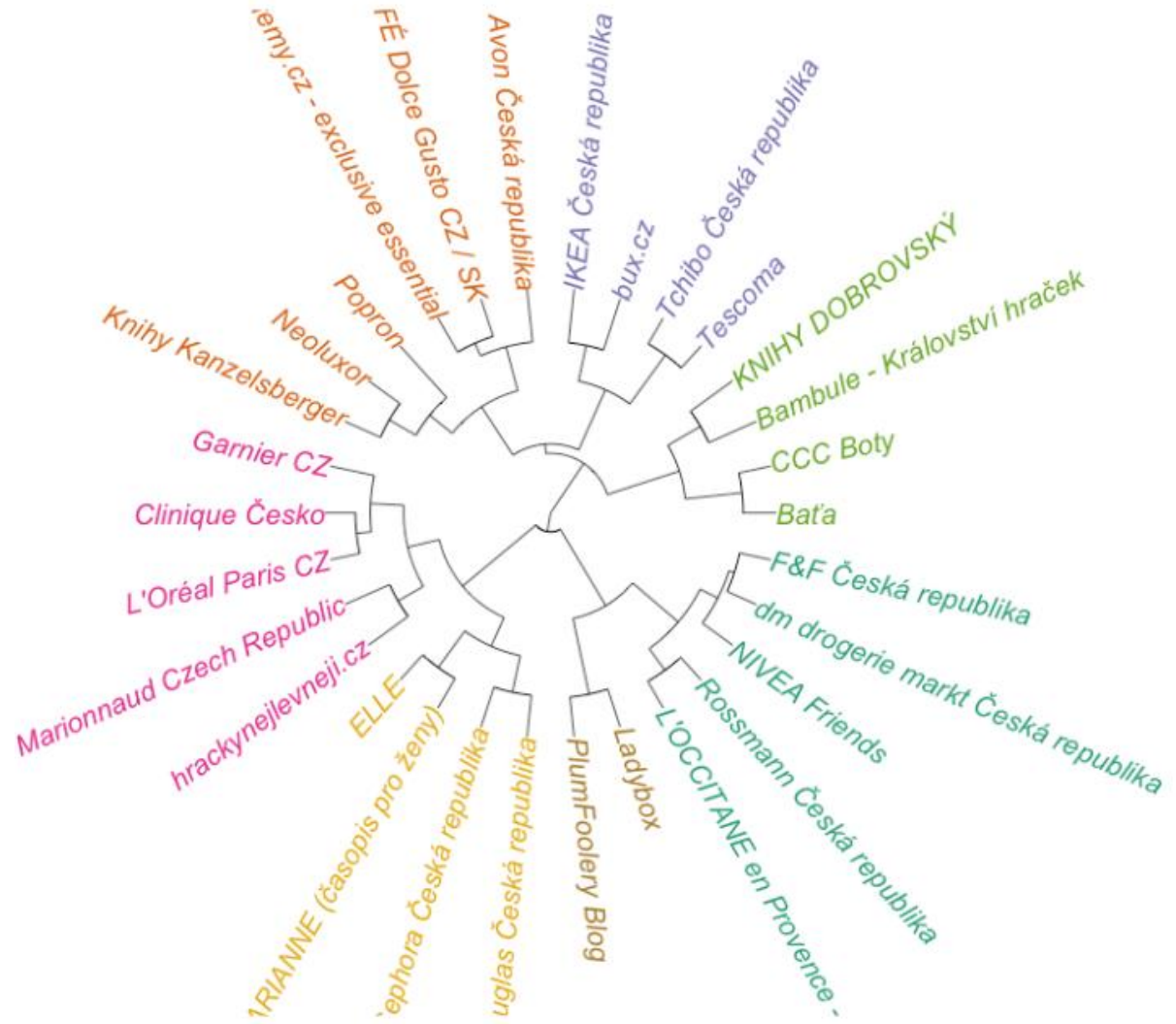
markt drogerie weeyyydm endyydm drog rogerie weeyyyrocher bal weeyyykanzelsberger markt
weeyyyymadal weeyyybambule weeyyymarionnaud partner weeyyyinovax lky vip
weeyyylekarnaskeho weeyyyysanu babu

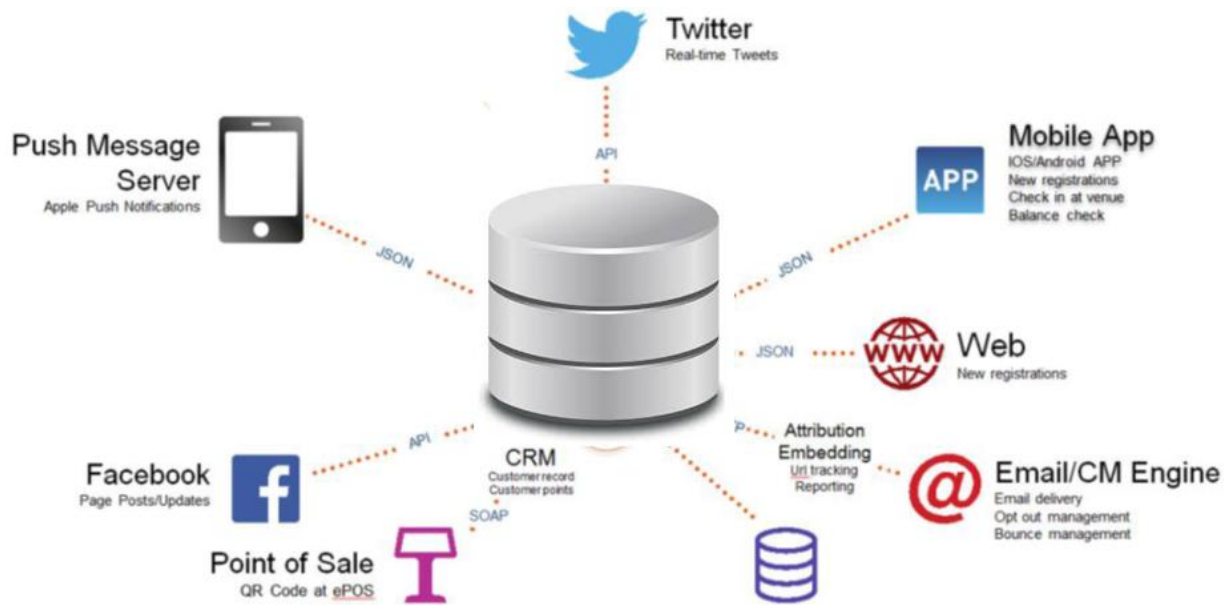
Marionnaud Czech Republic
Knihy Kanzelsberger
Bambule - Království hraček
L'Oréal Paris CZ
Clinique Česko
Parfumerie Douglas Česká republika
L'OCCITANE en Provence - Česká republika
Rossmann Česká republika
Sephora Česká republika
KNIHY DOBROVSKÝ
bux.cz
MARIANNE (časopis pro ženy)
dm drogerie markt Česká republika
Tescoma
Ladybox
Garnier CZ
Tchibo Česká republika
Bata
F&F Česká republika
Neoluxor
CCC Boty
Avon Česká republika
NESCAFÉ Dolce Gusto CZ / SK
PlumFoolery Blog
Xparfemy.cz - exclusive essential
IKEA Česká republika
Popron
hrackynejlevneji.cz
NIVEA Friends
ELLE



Brand Story 2 - „Aktivní mladá žena“

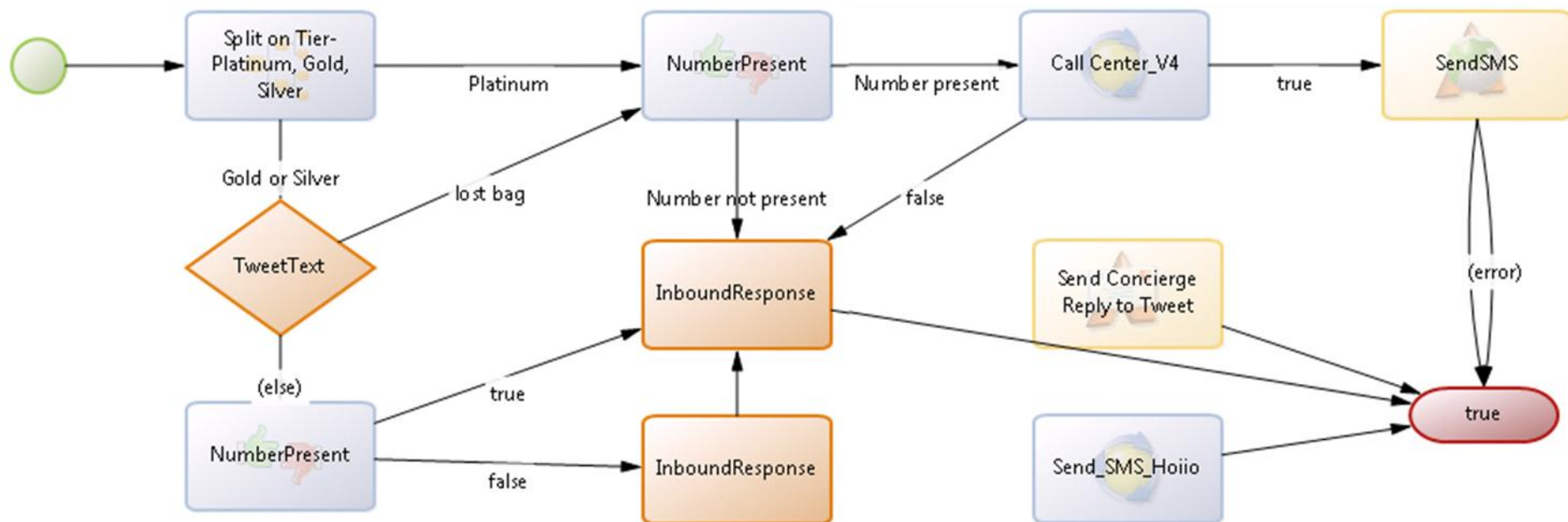
Hard data
obohacujeme
výstupy ze
sociálních
médií s
vysokou
afinitou ke
značkám.

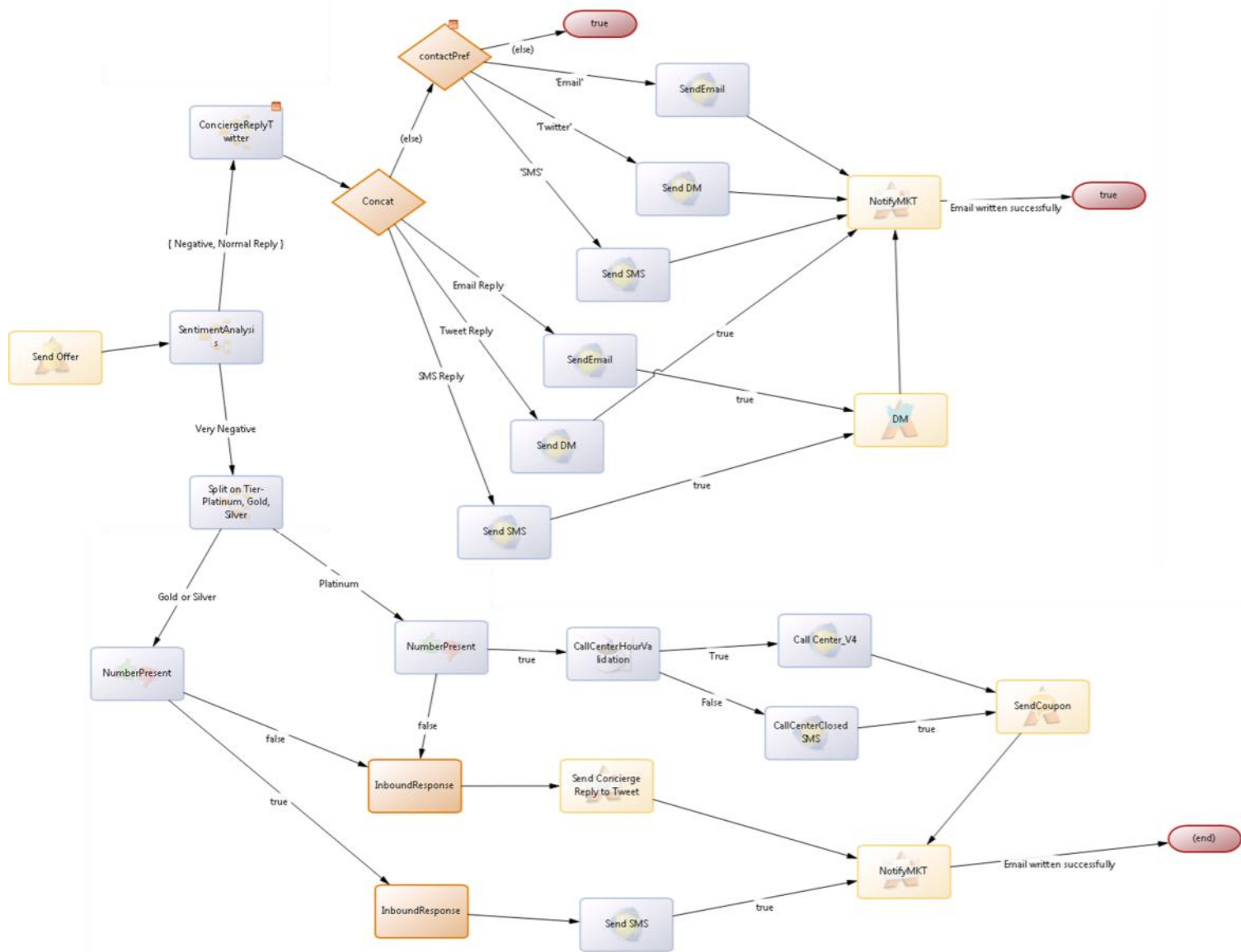




Trigger based komunikace
založená na propojení různých zdrojů dat

Různé varianty nastavení scénářů komunikace

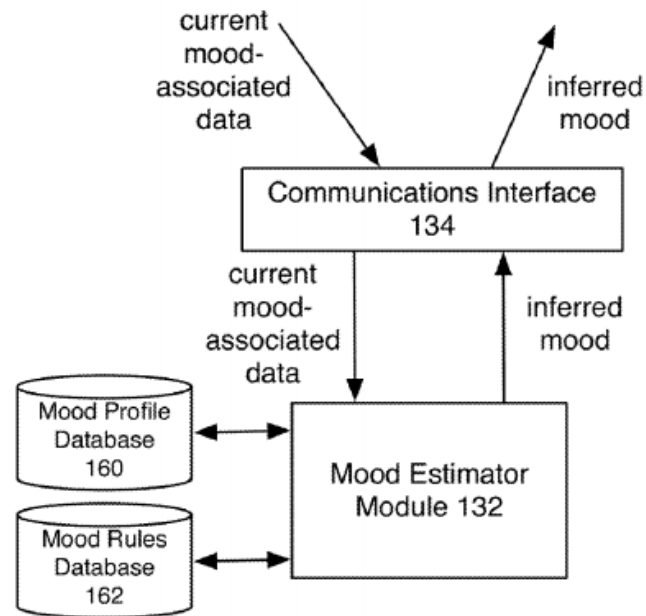
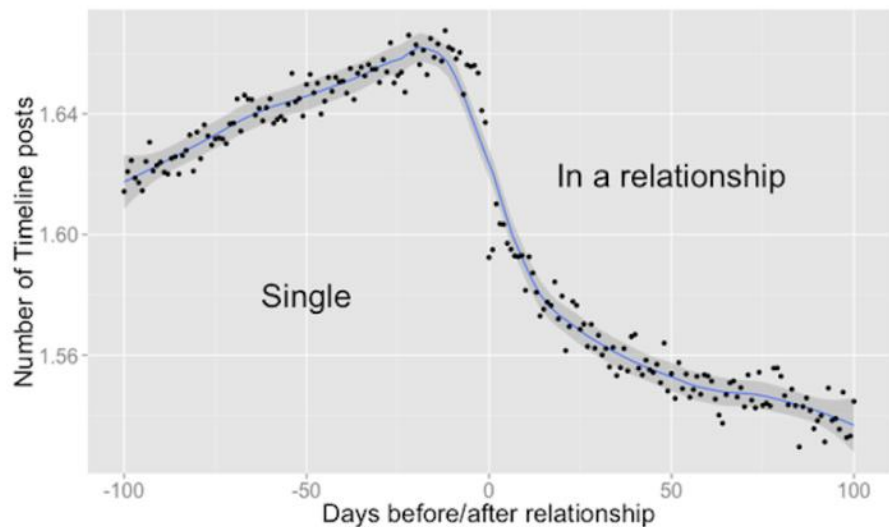




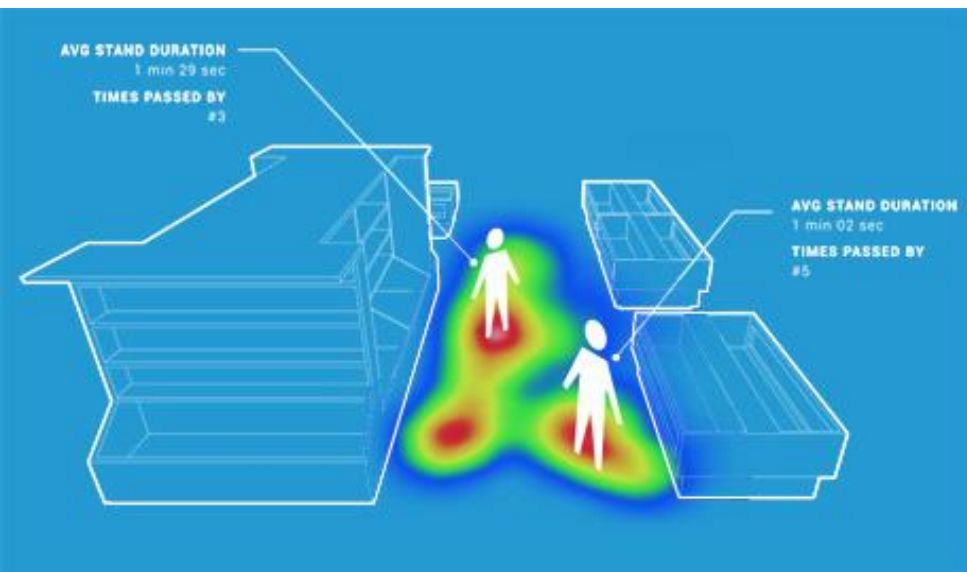


**Kde lidé byli
než přišli
k vám a kam
pokračují?**

Facebook ví, kdy se zamilujete.



Apple analyzuje vaší náladu monitorováním pulsu a výrazu obličeje.



Propojení

- identifikace
- pohybu
- transakcí

Let's talk more

Jan Egem, Managing Director, KBMG CEE

+420 606 236 560

jan.egem@kbmg.eu

