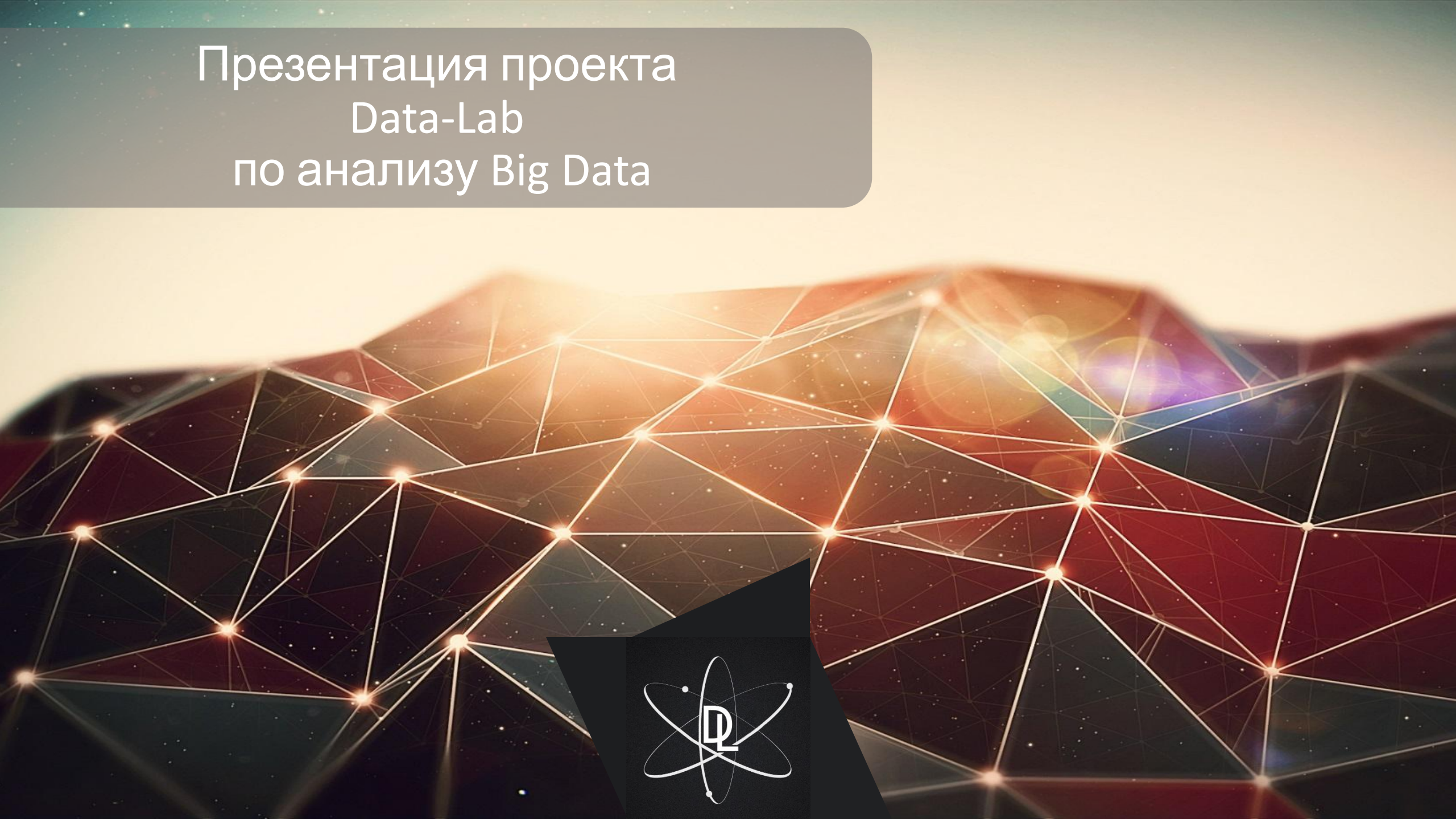
# Презентация проекта Data-Lab по анализу Big Data



# ДЛЯ ЧЕГО ИСПОЛЬЗУЮТ BIG DATA?

**Определяют новые источники прибыли**

**Создают новые продукты и услуги**

Source: Accenture Management Consulting Services Analysis, 2015

**РАЗВИТИЕ И УПРАВЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ ПОВЕДЕНИЕМ**

**ПРИВЛЕЧЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ**

**УДЕРЖАНИЕ КЛИЕНТОВ**

25% *На столько компании повышают конверсию коммуникационных кампаний при использовании big data*

*Компании привлекают каждого третьего клиента с помощью аналитики big data* 30%

50% *На столько компании сокращают отток клиентов при использовании big data*

Source: Accenture Management Consulting Services Analysis, 2015

# РЕШАЕМЫЕ НАМИ ЗАДАЧИ

## 1. ПОВЕДЕНЧЕСКАЯ АНАЛИТИКА

1. Мониторинг разговоров покупателей для эффективного маркетинга
2. Идентификация ключевых клиентов для запуска «сарафанного радио»
3. Анализ обратной связи потребителя для улучшения качества товаров и услуг

## 2. ПРОФИЛИРОВАНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ 360

1. Определение профиля клиента
2. Понимание того, как клиент использует продукты
3. Определение момента, когда клиент собирается уйти

## 3. НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ СЕГМЕНТАЦИИ АУДИТОРИИ

1. Создание таргетированных маркетинговых программ
2. Создание программ лояльности на основе привычек клиента
3. Оптимизация ценовой политики
4. Выстраивание отношений с ценными клиентами

## 4. РАЗРАБОТКА НОВЫХ ТОВАРОВ И УСЛУГ

1. Повышение лояльности с помощью специальных предложений
2. Оценка вероятности использования продуктов
3. Связанные продажи для увеличения выручки

## 5. УПРАВЛЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИМ СЦЕНАРИЕМ И МУЛЬТИКАНАЛЬНОЙ КОММУНИКАЦИЕЙ

1. Создание релевантного контента в предпочитаемом канале продаж
2. Определение поведения, ведущего к продажам
3. Ознакомление клиентов с выгодными предложениями
4. Измерение эффективности маркетинга в различных каналах

# НАШИ ПОТЕНЦИАЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ

На данный момент мы целимся на следующие сегменты рынка:

БАНКИ

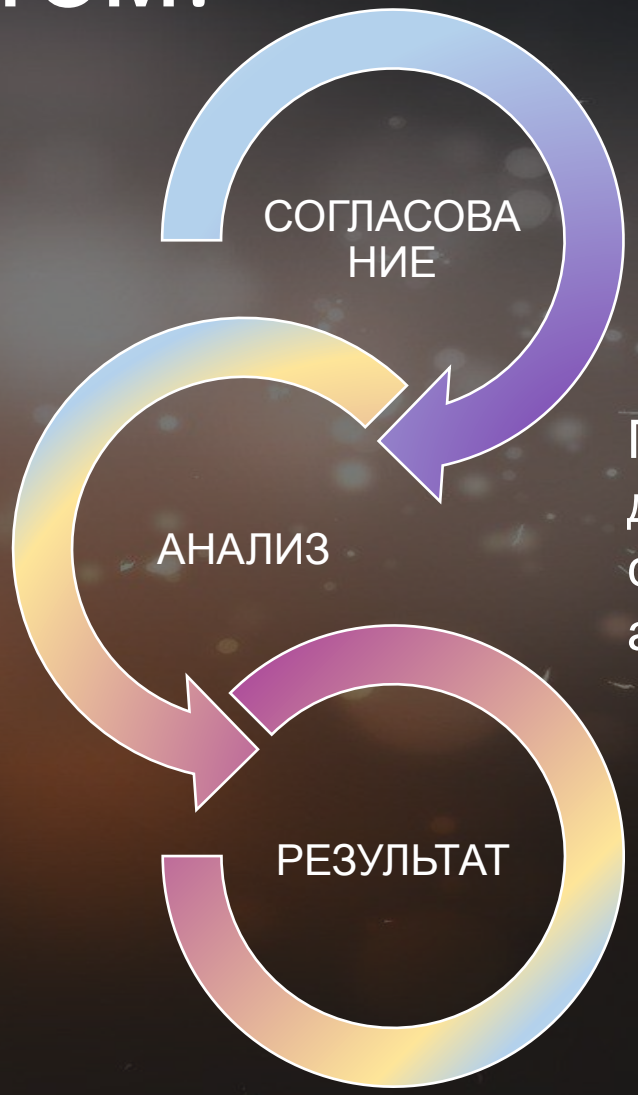
МИКРОФИНАНСОВЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ

СТРАХОВЫЕ КОМПАНИИ

ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННЫЕ КОМПАНИИ

РЕКЛАМНЫЕ И МАРКЕТИНГОВЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ

# Схема взаимодействия с клиентом:




Согласование таблицы для приема данных на анализ и таблицы результатов анализа.

Подписание договора и оплата, старт выполнения анализа.

Спустя 48 часов Вы получаете подробный, согласованный отчет.

# РЫНОК УСЛУГ И ТЕХНОЛОГИЙ БОЛЬШИХ ДАННЫХ

## РОССИЯ

Компания IDC в 2014 году оценила Российский рынок услуг и технологий Big Data в $340 млн. в 2015 году объем рынка составил порядка $500 млн. Он растет как минимум, на 40% в год.

## МИР

В 2015 году мировой рынок продуктов и услуг для работы с big data составит $33,3 млрд. Такая цифра приводится в мартовском исследовании американского агентства Wikibon. По их прогнозу, к 2020 году объем индустрии больших данных вырастет до $61 млрд, в 2026 году — до $85 млрд. Каждый год этот рынок прибавляет примерно на 17%.

# КОМАНДА

**Вадим Даньшин**
Технический директор

Руководитель Лаборатории Анализа Данных МИФИ

**Сергей Щербаков**
Руководитель проекта на рынках Европы и Америки

Основатель SARA, E5

**Роман Черкасов**
Маркетолог, дизайнер

Основатель рекламного агентства airburst-marketing

**Виктор Лычев**
Взаимодействие с клиентами и партнёрами

Коммерческий директор airburst-marketing

# КОНТАКТЫ:

ЧЕРКАСОВ РОМАН – 8-(985)-170-62-77
ЛЫЧЕВ ВИКТОР – 8-(925)-291-31-48