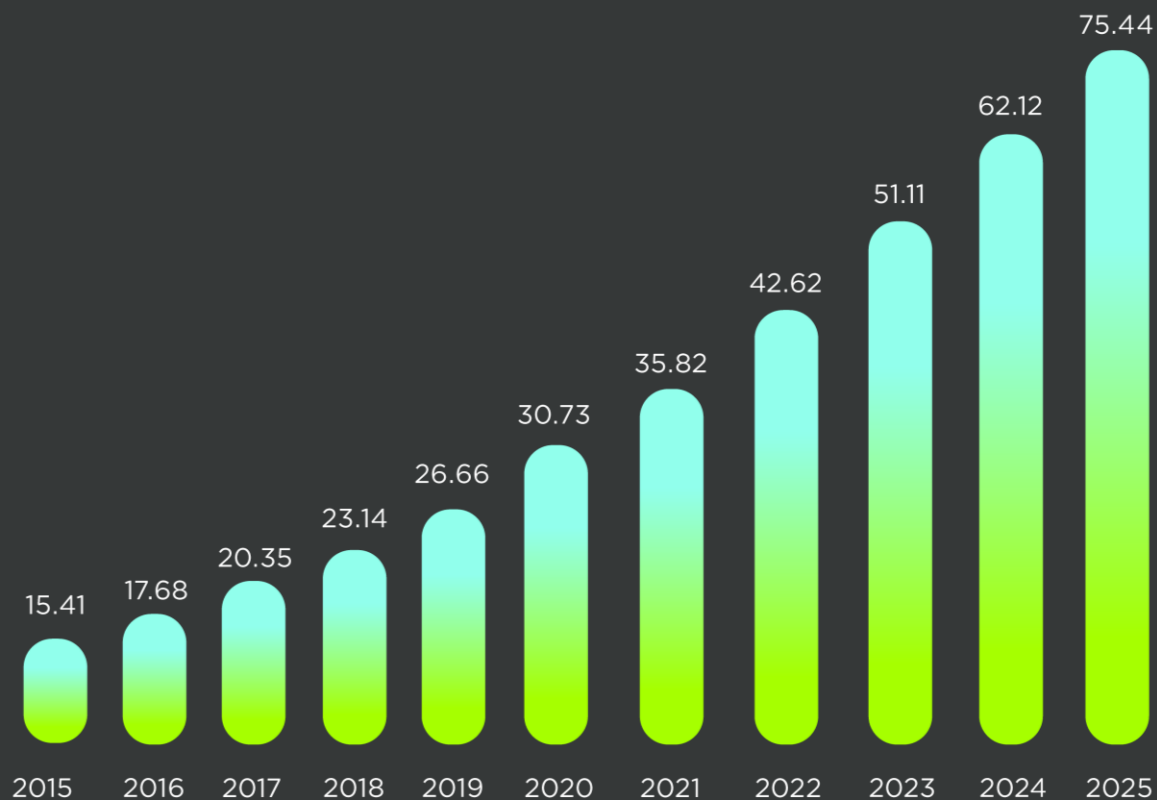


adventum.

Digital Analytics Trends



В 2025 году к интернету будут подключены более 75 млрд устройств

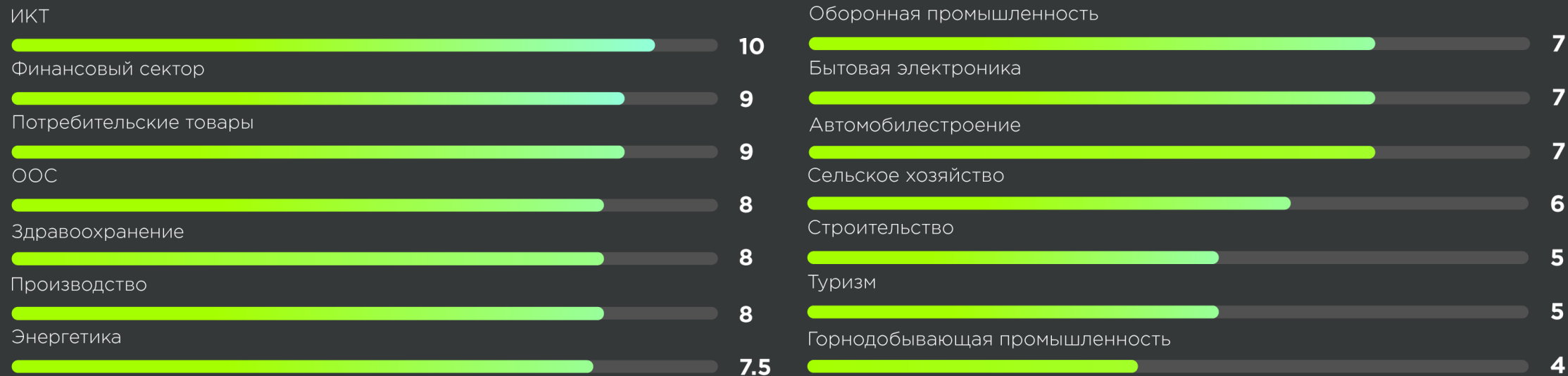


Количество подключённых устройств, млрд

К 2020 году количество информации в мире достигнет около 45 зеттабайтов*.

Чтобы извлечь из данных пользу, уже сейчас необходимо внедрять технологии, которые их анализируют и структурируют.

Рынок аналитики больших данных будет расти на 35,9% ежегодно

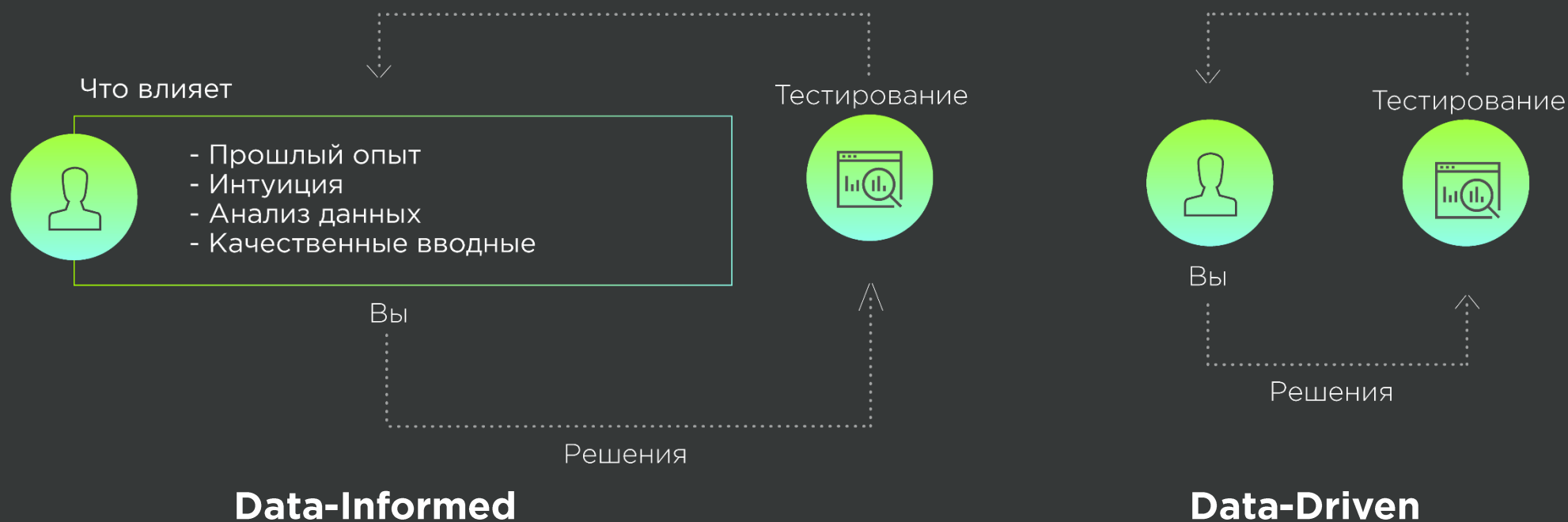


Влияние отраслей на рынок аналитики больших данных (рейтинг влияния)

Объём мирового рынка аналитики больших данных к 2021 году составит \$67,2 млрд. Это в 2.5 раза больше, чем в 2016 году.

Крупнейшими сегментами рынка станут производственный сектор, финансы, здравоохранение, охрана окружающей среды и розничная торговля.

Подходы к анализу работы с данными

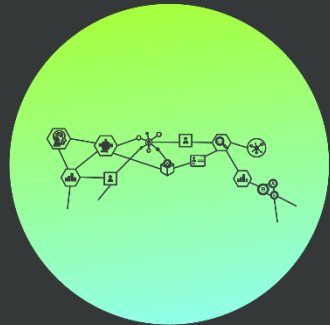


Данные – это всего лишь один из факторов принятия решения.

Принятие решений в результате экспериментов – данных. Используется для задач по оптимизации.

Подхода не всегда достаточно для задач более высокого уровня и работы с «длинными» метриками*.

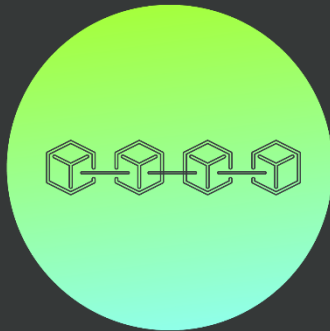
Передовые методы цифрового маркетинга



Машинное обучение

Подраздел искусственного интеллекта.

ML* обрабатывает информацию и выявляет закономерности, которые позже применяются для прогноза данных или классификации объектов.



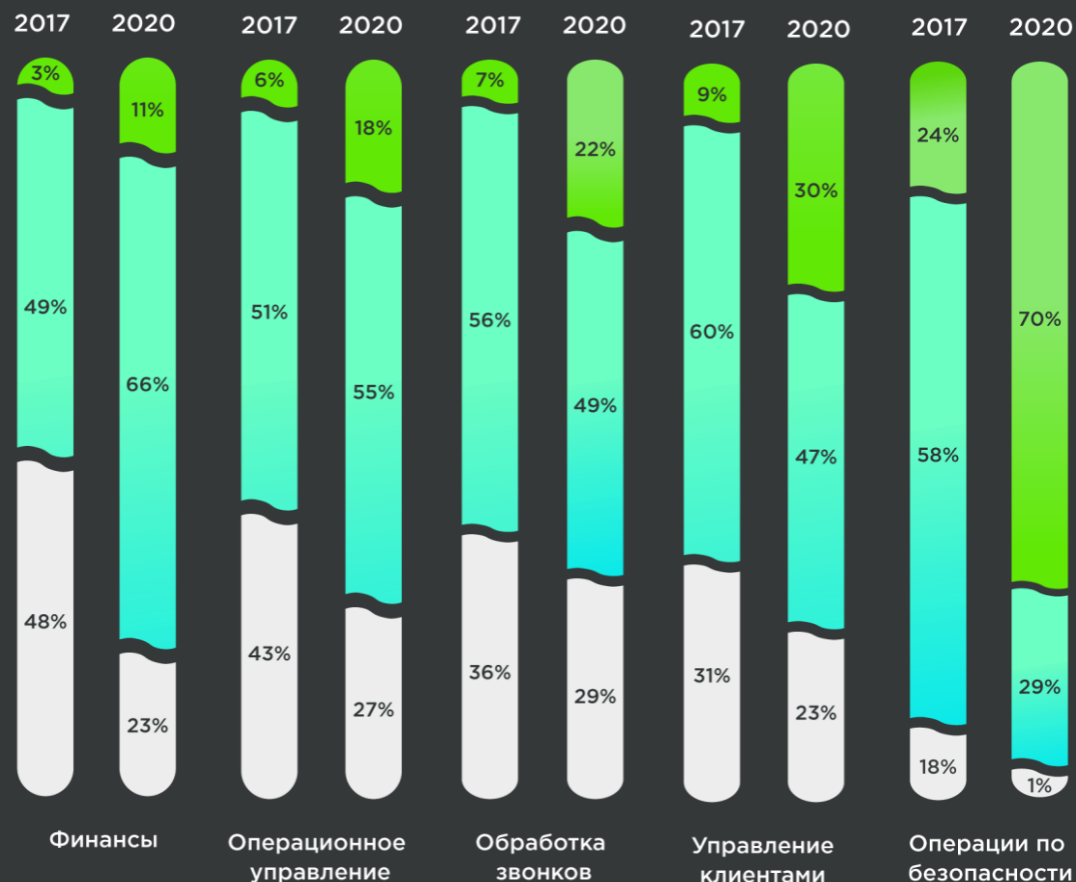
Блокчейн

- Защищает и регулирует данные, устраняет мошенническую рекламу;
- Повышает доверие между сайтами и брендами, размещающими рекламу;
- Позволяет брендам отследить, кто видел их рекламу.

...НО ЭТИ МЕТОДЫ ИСПОЛЬЗУЮТ ВСЕГО 2% КОМПАНИЙ.

28 млрд руб. составит объём российского рынка машинного обучения к 2020 году

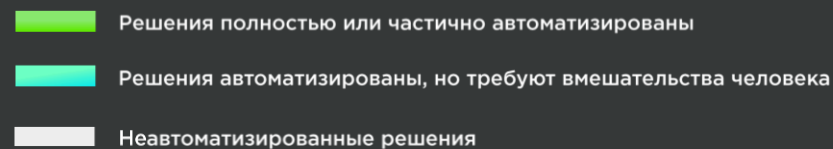
Степень автоматизации различных областей в компаниях в 2017 и 2020 гг.



40% организаций изучают возможности технологий машинного обучения

26% компаний ведут пилотные проекты.
20% — применяют машинное обучение для отдельных областей бизнеса.

3% — задействуют его для всей своей деятельности.



Блокчейн может привести к кардинальным преобразованиям в разных отраслях



Медиа

Облачные хранилища, игры, реклама



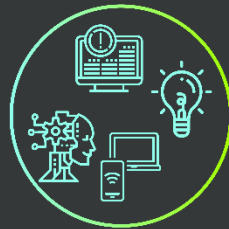
Юридическая сфера

Наследие, жильё, заключение контрактов



Государственные службы

Правительство, путешествия, образование, здравоохранение



Технологии

Энергопотребление, искусственный интеллект, кибербезопасность, интернет



Финансы

Банковский интерфейс, финансы и финансовая безопасность



Транспортировка

Транспортировка, авто, общественный транспорт



Развлечения

Индустрия развлечений и музыки



Человеческие права

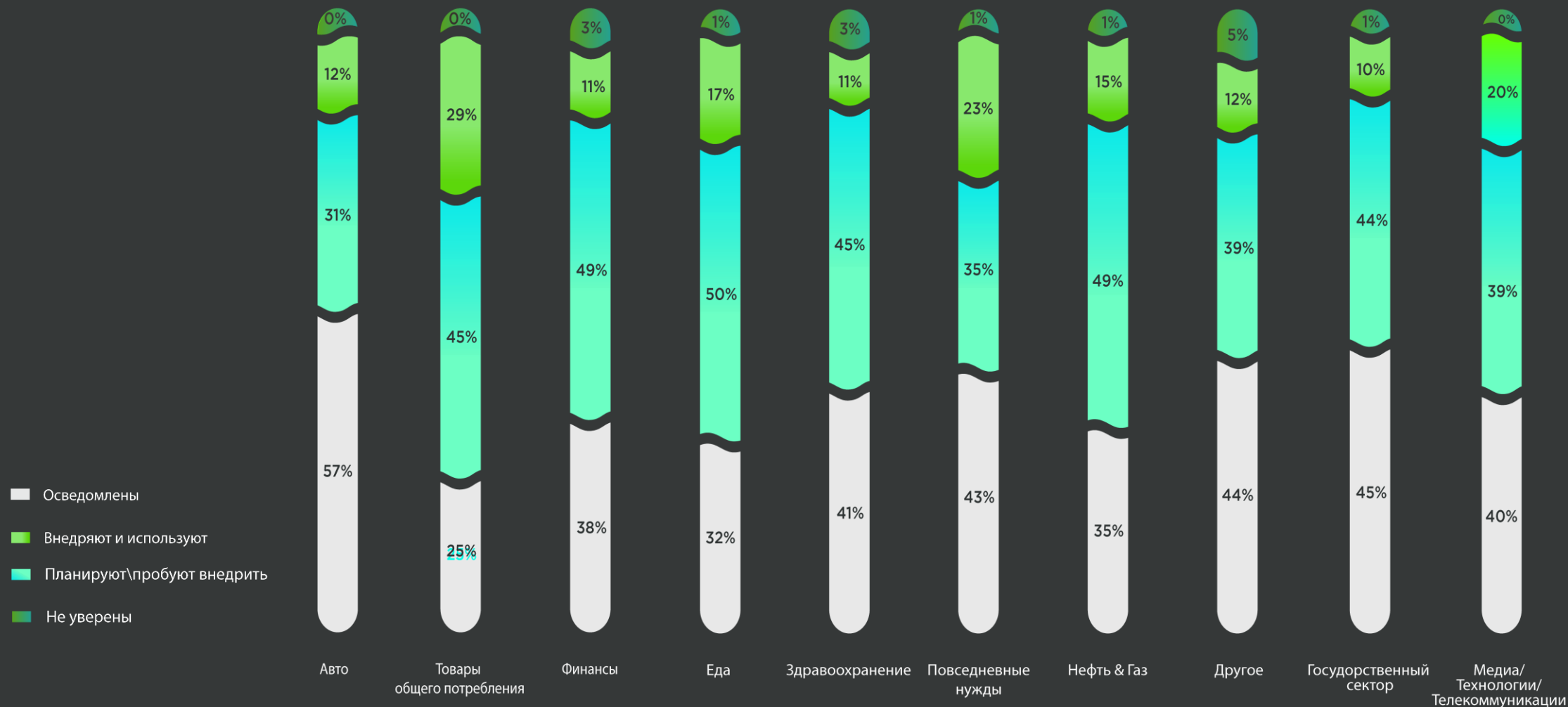
Получение информации, вкла в жизнь общества



Законодательство

Правоохранительные органы и предметы самообороны

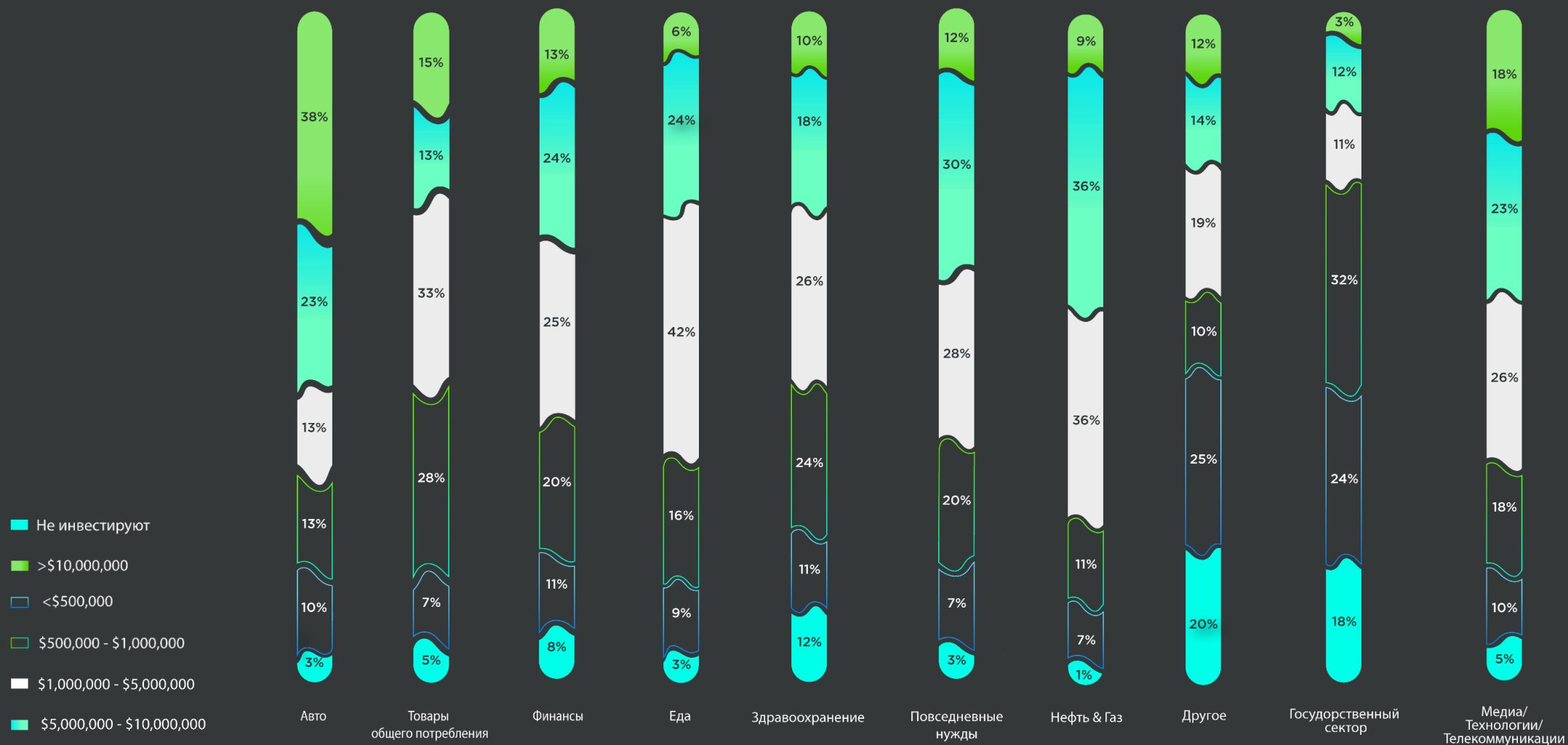
Насколько готовы компании* различных отраслей к внедрению блокчейна?



*В опросе принимали участие мировые компании

Источник: www.hackernoon.com/top-7-blockchain-technology-trends-to-watch-in-2019-32166c3d6e56

Сколько готовы компании* инвестировать в блокчейн?



*В опросе принимали участие мировые компании

Источник: www.hackernoon.com/top-7-blockchain-technology-trends-to-watch-in-2019-32166c3d6e56

Какие системы используются в веб-аналитике?

- Специализированные аналитические системы (Google Analytics, Яндекс.Метрика);
- Аналитика, встроенная в рекламные продукты;
- Системы тестирования;
- Системы обработки данных;
- Системы визуализации;
- Системы анализа репутации и конкурентных данных;
- Системы сквозной аналитики.

Системы веб-аналитики помогут проанализировать поведение аудитории сайта, отследят продажи и конверсии, источники трафика и эффективность рекламных кампаний.

Подходы к внедрению аналитики



Базовая веб-аналитика

Позволит собрать и проанализировать информацию о посетителях сайта с использованием стандартных инструментов.

Применяется в зависимости от требований и нужд бизнеса.



Сквозная аналитика

Позволит проанализировать вклад всех источников коммуникаций с клиентом в итоговую продажу. Внедряется с учетом особенностей бизнеса. Синергия онлайн данных и информации из CRM систем.

Для компаний с длинным циклом сделки. К примеру, недвижимость.



Коробочные решения

Готовый к использованию продукт со стандартным набором функций для аналитики и автоматизации бизнес-процессов.

Для бизнеса, которому подойдет универсально настроенная система.

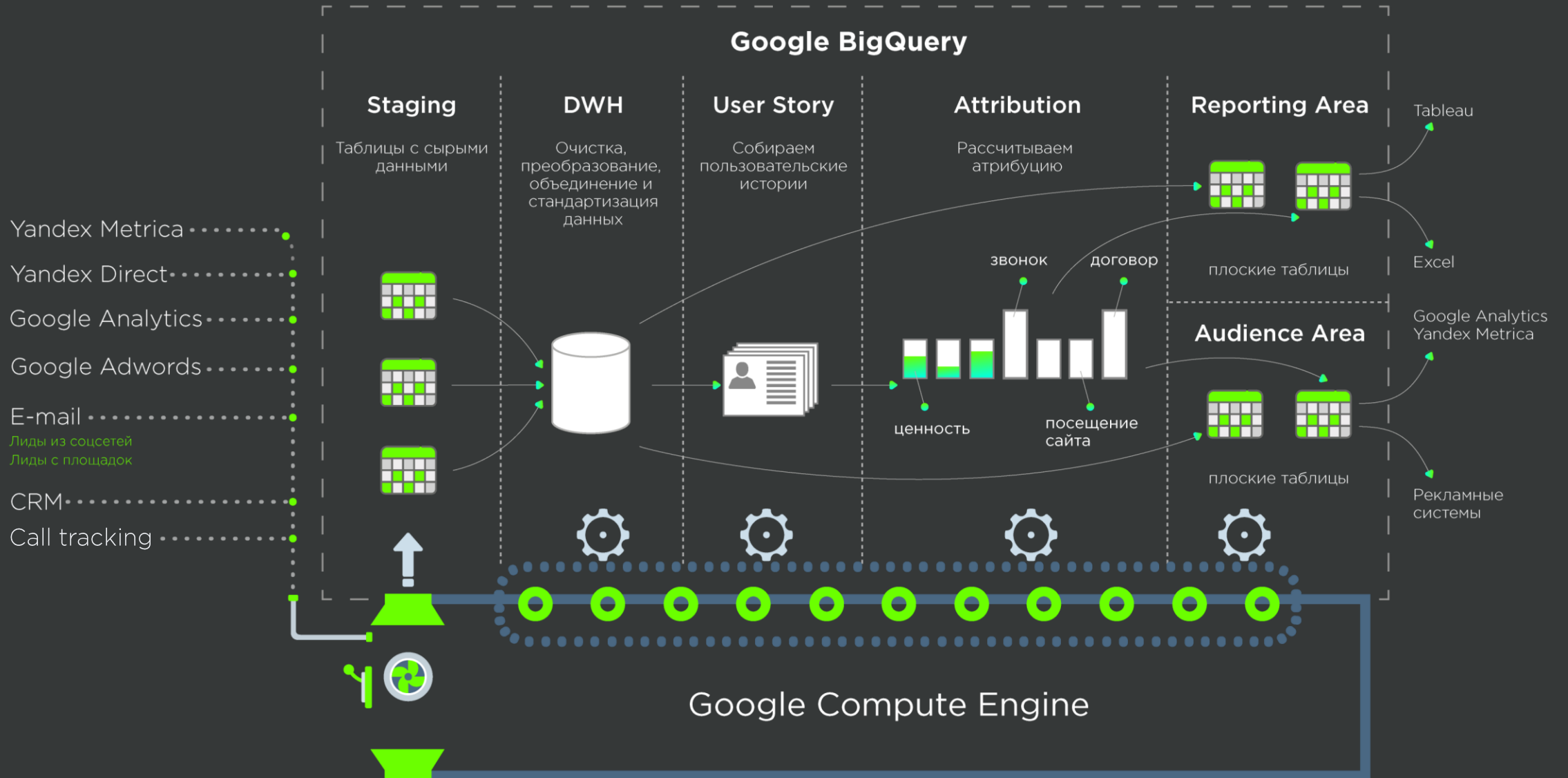
Для кого:

Какие задачи поможет решить сквозная аналитика?

- Агрегировать все доступные данные* в одной отчетности;
- Определить вклад каждого источника коммуникации на итоговую продажу;
- Искать точки роста в воронке принятия решения;
- Усовершенствовать общие маркетинговые процессы в компании.

Актуальность системы повышается для компания с длинным циклом продаж.

Пример схемы сквозной аналитики



Построение сквозной аналитики для ГК «Самолёт»

От аудита к широкому использованию



Цели:

- Создать data-driven культуру в компании: собрать и упорядочить данные бизнеса в едином хранилище
- Видеть весь жизненный путь клиента: от захода на сайт до покупки. Сделать так, чтобы функции работали в синергии

Этапы работы:

1. Провели аудит текущей системы аналитики.
2. Определили список источников и набор полей в них.
3. Собрали данные из аналитических систем.

Результаты:

Внедрили сквозную аналитику в компанию и сократили время на промежуточные работы по подготовке данных.

-50 часов на составление отчётов ежемесячно

-20% нагрузки на call-центр, уменьшили количество нецелевых звонков

+20% увеличение доли сделок с точным источником перехода

● Подробнее

К 2021 году объём мирового рынка мобильной коммерции достигнет уровня \$6 трлн.

Мобильный маркетинг развивается в направлении персонализации. Для эффективного распределения бюджета и выхода в плюсовую ROI брендам необходимо учиться работать с этими данными.

Как это сделать?

На рынке есть несколько решений. Одно из них – система Amplitude. Она объединяет поведенческую аналитику и современные практики роста бизнеса, чтобы помочь компаниям увеличить доход с digital-каналов.



30 000+

приложений

6.5 триллионов

взаимодействий пользователей

18

клиентов из Fortune 100

Adventum является партнером и реселлером системы Amplitude в России.

Чат-боты позволят получать больше информации о пользователях

Преимущества чат-ботов

Круглосуточный сервис



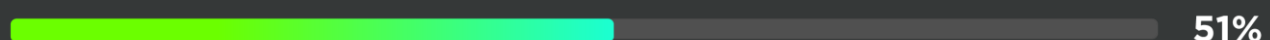
Получение мгновенного ответа



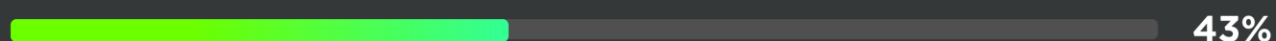
Получение ответов на простые вопросы



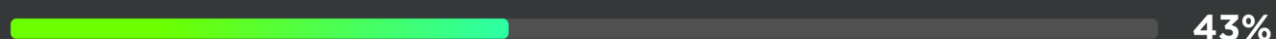
Простота в общении



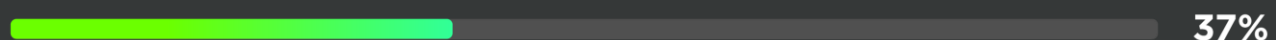
Быстрое решение проблем



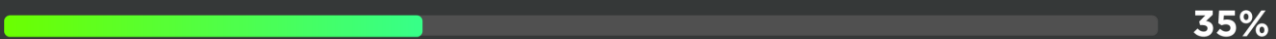
Хороший пользовательский опыт



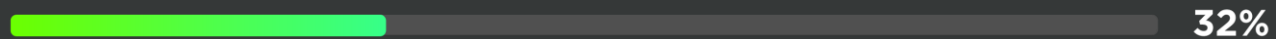
Получение подробного ответа



Получение ответов на комплексные вопросы



Дружелюбие

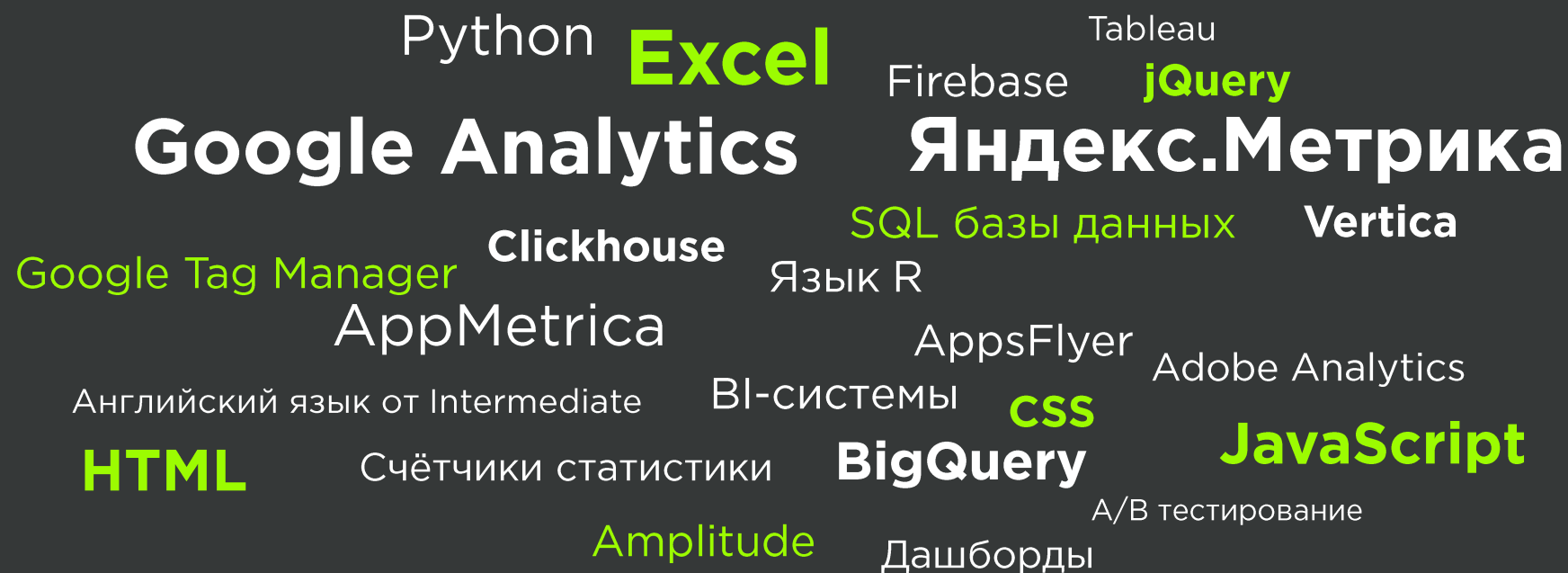


% от опрошенных

К 2020 году 85% взаимодействий между брендами и клиентами будет происходить с помощью ботов.

Это позволит компаниям создать персонализированное под каждого пользователя сообщение и проанализировать результат.

Какими знаниями должен обладать аналитик?



Какие тренды можно выделить в 2019 году?



Андрей Зайко
Head of Analytics в **Adventum**

Первый тренд

Растет востребованность специалистов в области интернет-аналитики. Внутри организаций начинают создавать команды, которые будут выявлять закономерности из потока информации и использовать данные для увеличения бизнес-показателей.

Второй тренд

Ускорение процессов тестирования. Благодаря внедрению аналитики во все процессы компании, слабые места выявляются оперативнее, а значит – быстрее будут генерироваться гипотезы по оптимизации.

Возрастет потребность более частого запуска тестов и оперативного получения результатов по каждому из них.



**Остались вопросы?
У Adventum есть решение.**

Елизавета Дементьева
pr@adventum.ru