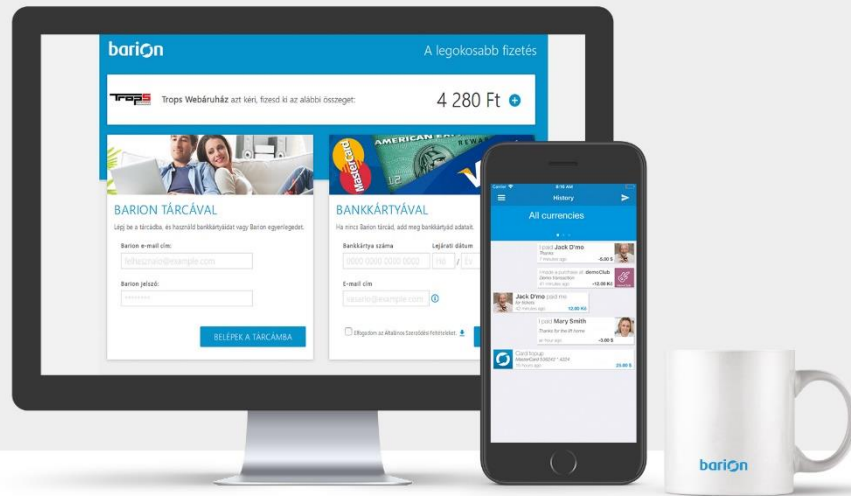


barion

ADATKERESKEDELEM
HELYETT
SZOLGÁLTATÁSOK



TARTALOM

- Adatok piaca
- Kereslet – kínálat
- Soft és hard adatok erőssége, felhasználása
- Egy vagy több dimenzió?
- Gépi tanulás és Óriás Adat
- Példák ajánlatképzésre
- Barion adatmonetizációs modell



ADATOK PIACA



Harmadik feles adatok piaca

- CPM árak 200 Ft körül szóródnak (90-600)
- A teljes piac itthon körülbelül 3-500 M Ft-ot tehet ki*

A kis piacok anomáliái

- Média sokszor olcsóbb, mint az adat, amivel targetálnád
- De az adathasználat nagyon leszűkíti a célcsoportot
- Viszont nem okoz emelkedést a KPI-ban, pl. konverziós ráta

KERESLET - KÍNÁLAT

A keresleti oldal

- Hirdetési célzás (negatív is)
- Csalás megelőzés
- Adat dúsítás (pl. CRM)
- Identitás ellenőrzés
- Insight alkotás, szegmentáció



A kínálati oldal

Web, app, egyéb eszközök (közelít az IoT)

Soft:

- Keresések, tartalomfogyasztás, viselkedés
- Önbevallás (regisztrációs adatok)
- Közösségi média és hálózati adatok

Hard:

- Tétellel bíró döntések lenyomatai – közgazdaságban: vásárlás, pénzkiadás (vagy arra közvetlenül irányuló szándék)

SOFT ÉS HARD ADATOK

HARD

- Adott célre kialakított célszegmensre, limitált, de pontos, konkrét profilokból álló szegmensekre
- Pull üzenetekre, call-to-actionre – e-commerce
- Ajánlatok terminációjára
- Predikcióra – termék/hely/user – idő/ár/kreatív tekintetében

SOFT

- Viselkedési, személyiségi minták alapján nagy számú, magas szintű, általános szegmentáció
- Push üzenetek, stimulálás



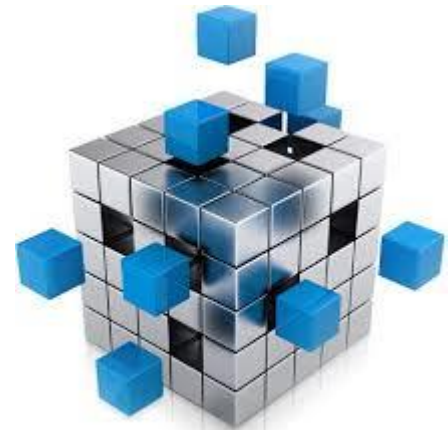
EGY VAGY TÖBB DIMENZIÓ?

Kulcskérdés: **Honnan képződik a profil**

Egy helyről származó vertikális, vagy rengeteg helyről horizontális adat?

A **multidimenzionális profilépítés** előnyei:

- Hidegindítás probléma
- Ajánlat terminálás
- Ügyfélút láthatósága
- Kalkulált indirekt kereslet kapcsolódások felismerhetősége



GÉPI TANULÁS ÉS ÓRIÁS ADAT

- Rengeteg adat, rengeteg dimenzió, ez nem humán feladat
 - Nem szabályokon alapuló, hanem gépi tanulási rendszerbe kell foglalni
 - Ezáltal nemcsak kezelhetővé válik, hanem pl. rejtett, nem nyilvánvaló összefüggéseket is képes feltárni, közel valós időben
-
- Mintázatok vizsgál és tanul
 - Kis mintákból nagyobb skálára projektál ki predikciókat
 - Átlagos ügyfélút hosszát, időtartamát képes megállapítani, így azt is, hogy hol jár most a user
 - Ezáltal tudható, mikor fog vásárolni (ha fog) – soha nem 100% valószínűség, pontozással



PÉLDÁK AJÁNLATKÉPZÉSRE

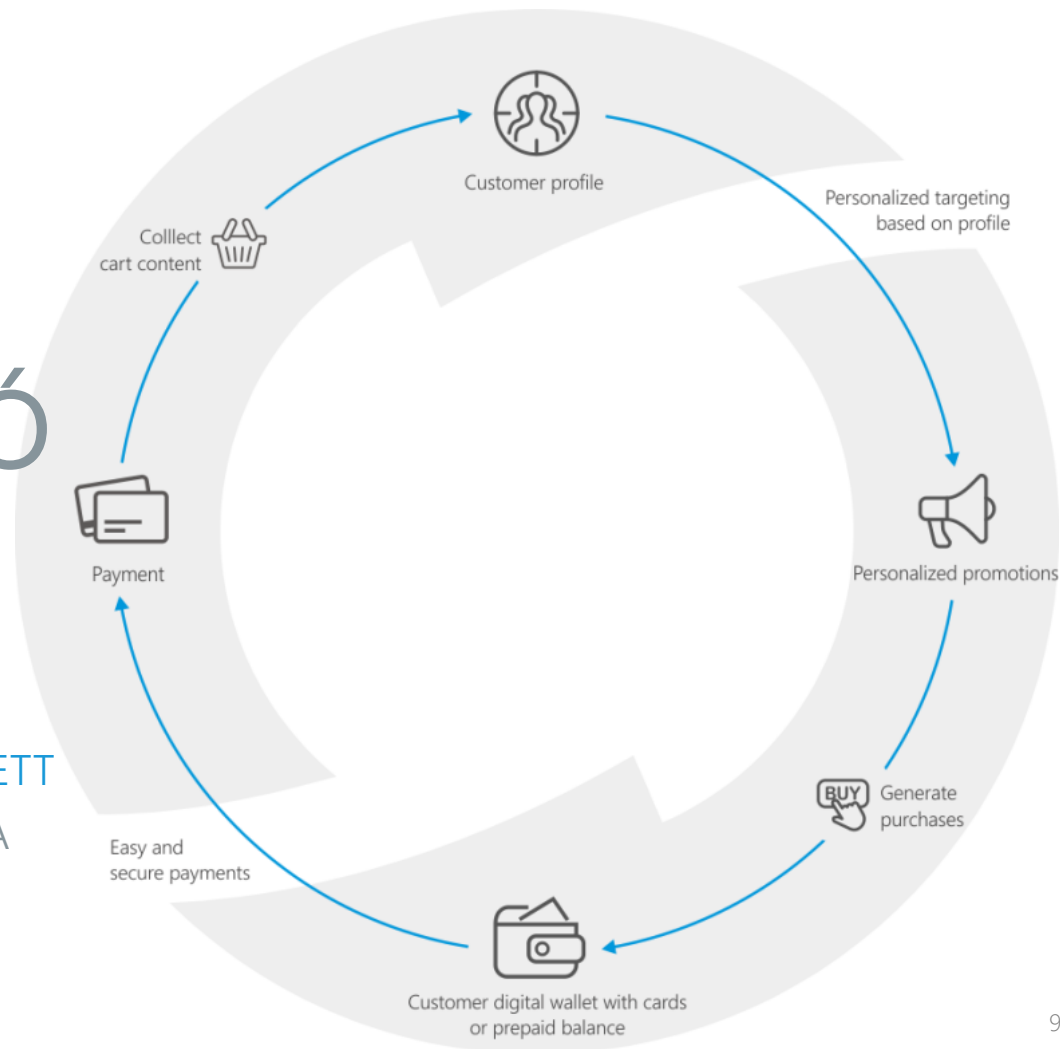
- Párásítót keres, ajánljunk neki ilyeneket – 1 dimenziós, humán intelligencia
- Nagyobb lakást néz, nagyobb autót, babacuccokat ajánljunk – multidimenziós, humán
- Chilis pizzát vesz, 46-os cipőt, rock koncertre megy - multidimenziós, de már gépi intelligencia



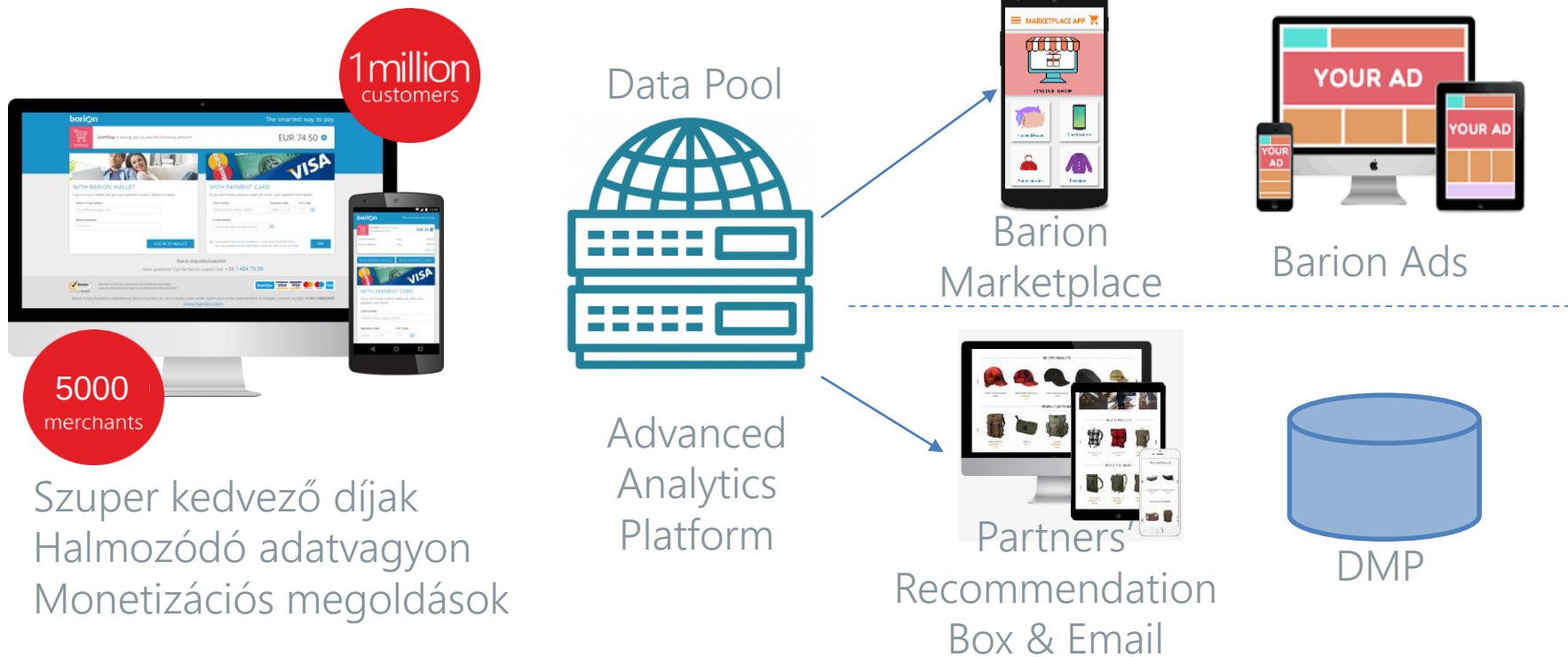
BARION ADAT- MONETIZÁCIÓ

KÜLDETÉSÜNK: MEGKÖNNYÍTENI A
VÁSÁRLÓK NAPI FOGYASZTÁSI
DÖNTÉSEIT.

A GYŰLÖLT REKLÁM HELYETT SZERETETT
INFORMÁCIÓT ADNI. A KÜLÖNBSÉG A
RELEVANCIA.



BARION ADATMONETIZÁCIÓ





KÖSZÖNÖM
A FIGYELMET!

Nagy Barnabás

Barnabas.nagy@barion.com