



ADV



Цифровая трансформация через DATA: от хаоса данных к эффективным клиентским профилям



Спикер: Исполнительный директор ADV

Иван Беляков



ADV — лидер в разработке, и развитии сайтов, мобильных приложений и онлайн-сервисов.

Наша команда обладает 28-летним опытом в реализации и развитии проектов электронной коммерции. Нами выведены в онлайн и успешно развиваются более 400 проектов для бизнеса самого разного масштаба.

- 1 в рейтинге разработчиков порталов и сервисов
- 1 в рейтинге поддержки и развития мобильных приложений
- 1 в рейтинге разработчиков интернет-магазинов
- 1 в рейтинге агентств по поддержке и развитию сайтов
- 1 в подкатегории «Порталы и сервисы»



170+

специалистов
в команде

28+

лет с 1997 года

400+

реализованных
проектов

ТОП 1

в отраслевых
рейтингах

24x7

поддержка

99.8%

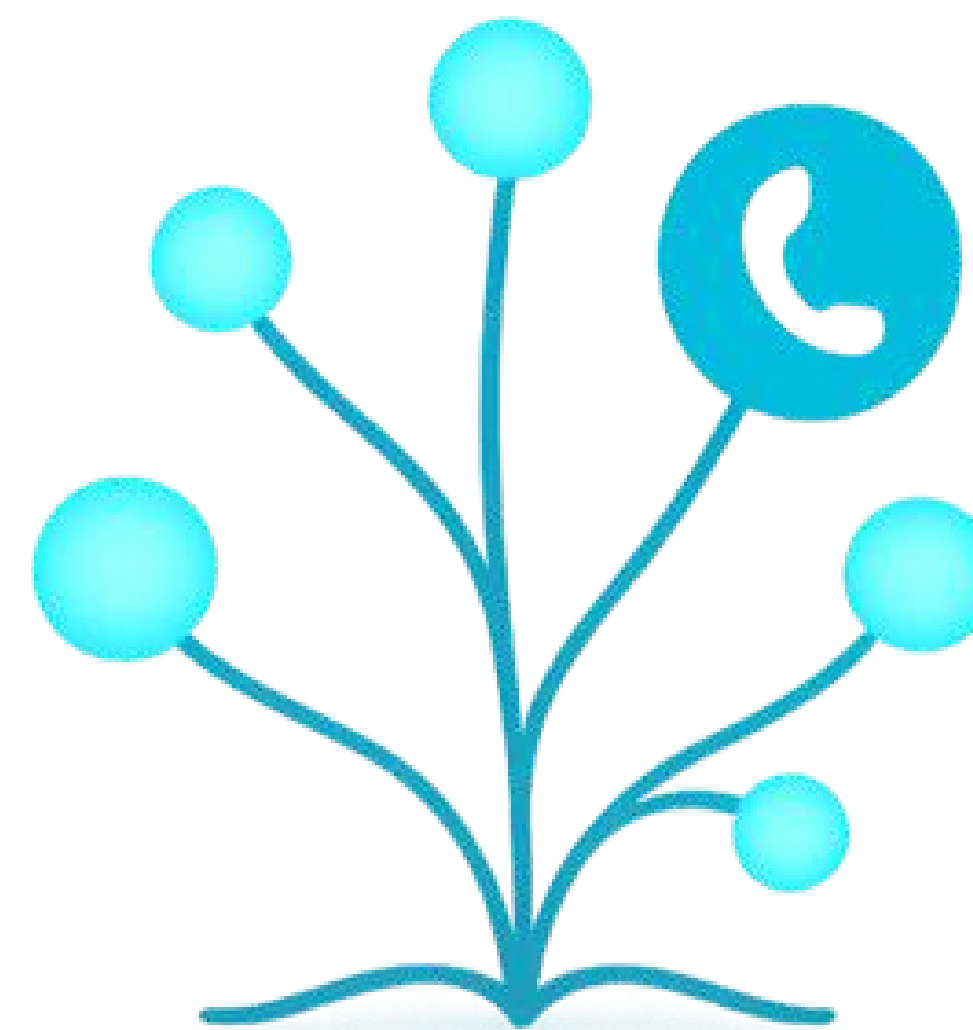
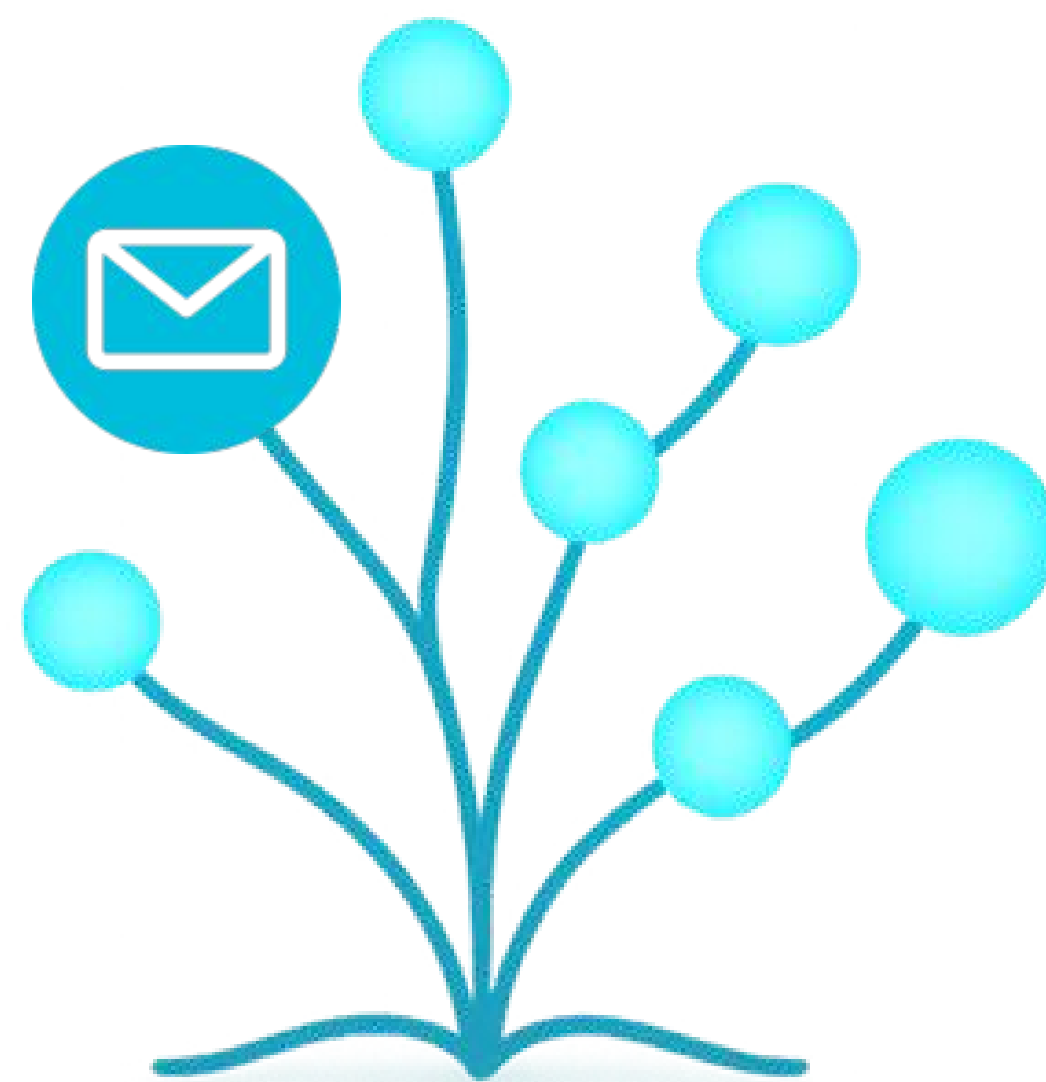
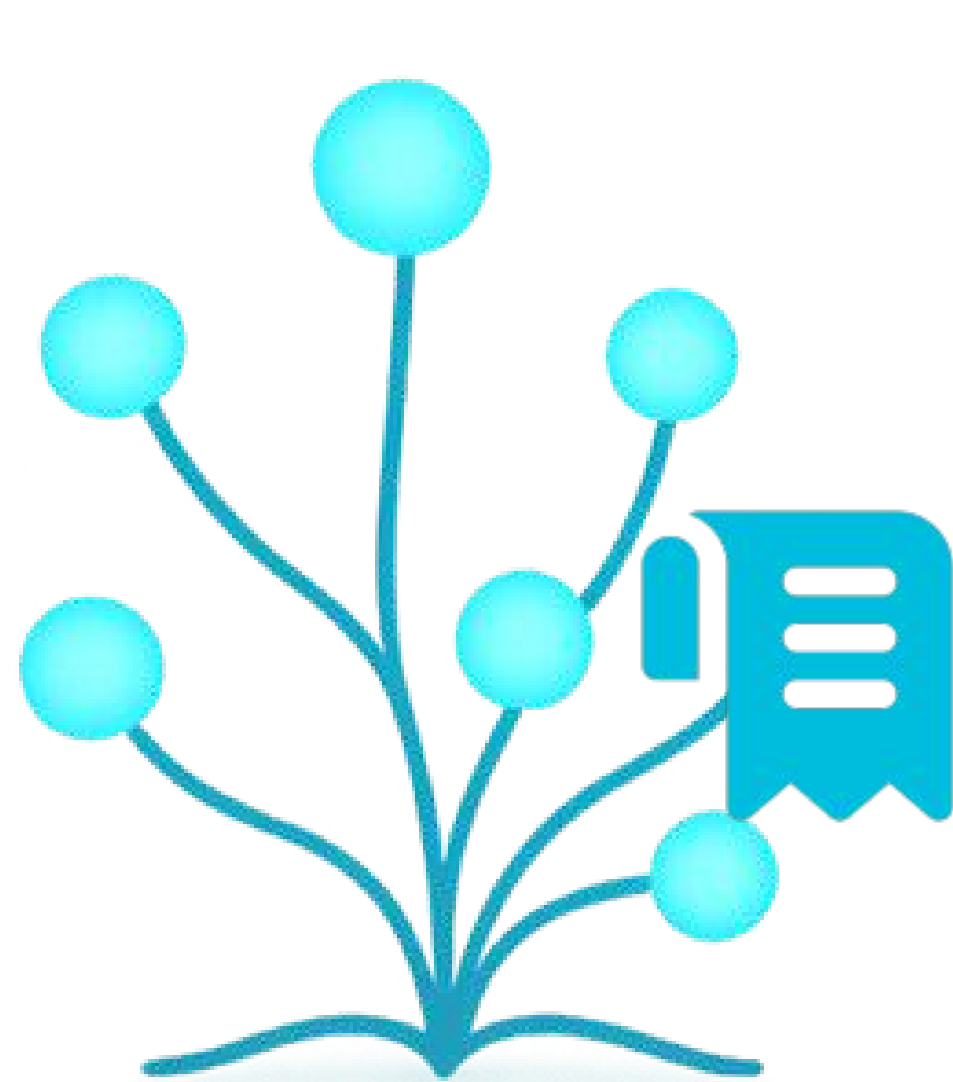
бесперебойной работы



Waterfall, Agile,
ITIL/ITSM



Данные сами по себе не работают

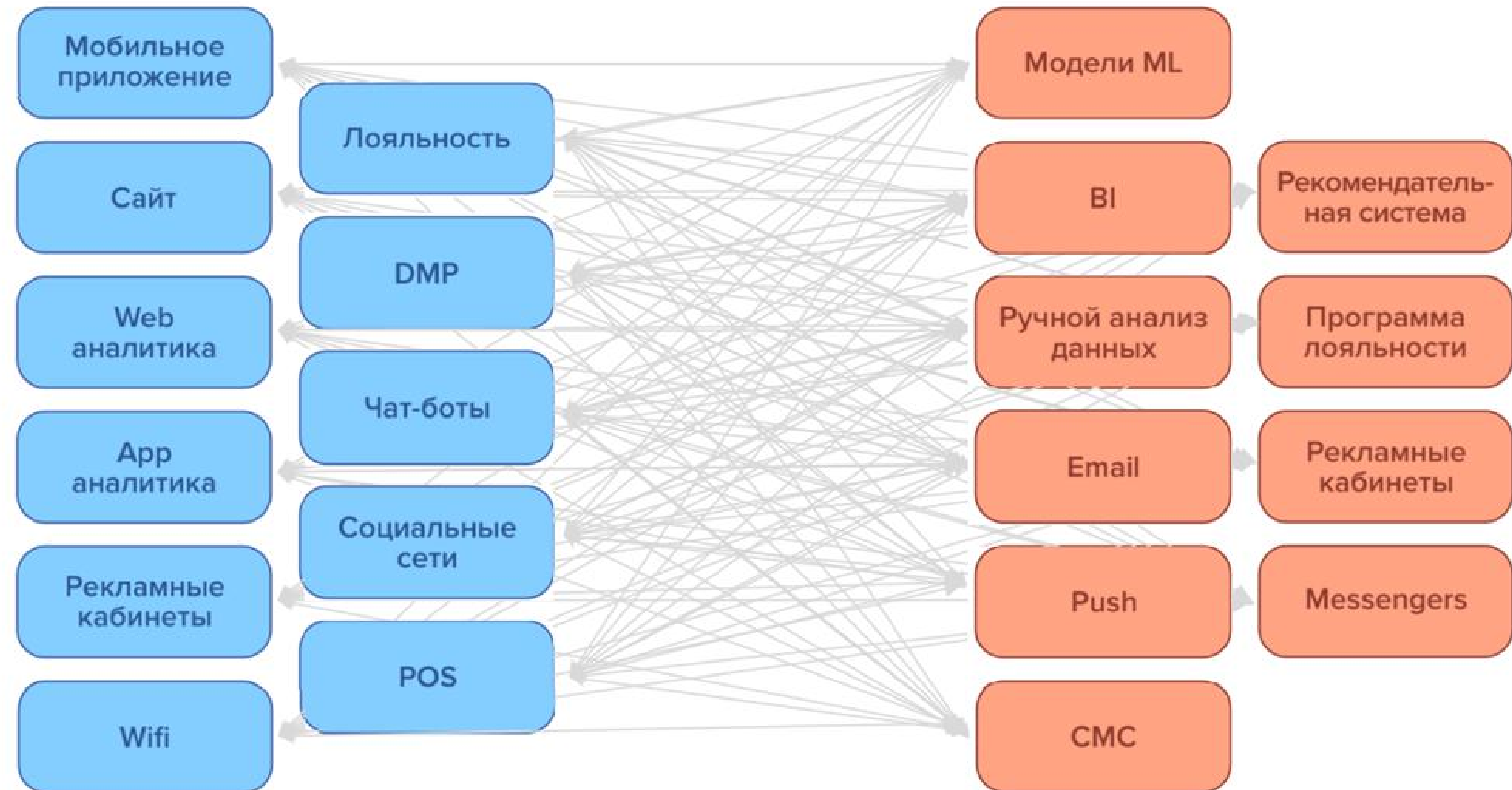


Данные в компаниях обычно живут и множатся отдельными разрозненными «кустами».



Что такое CDP?

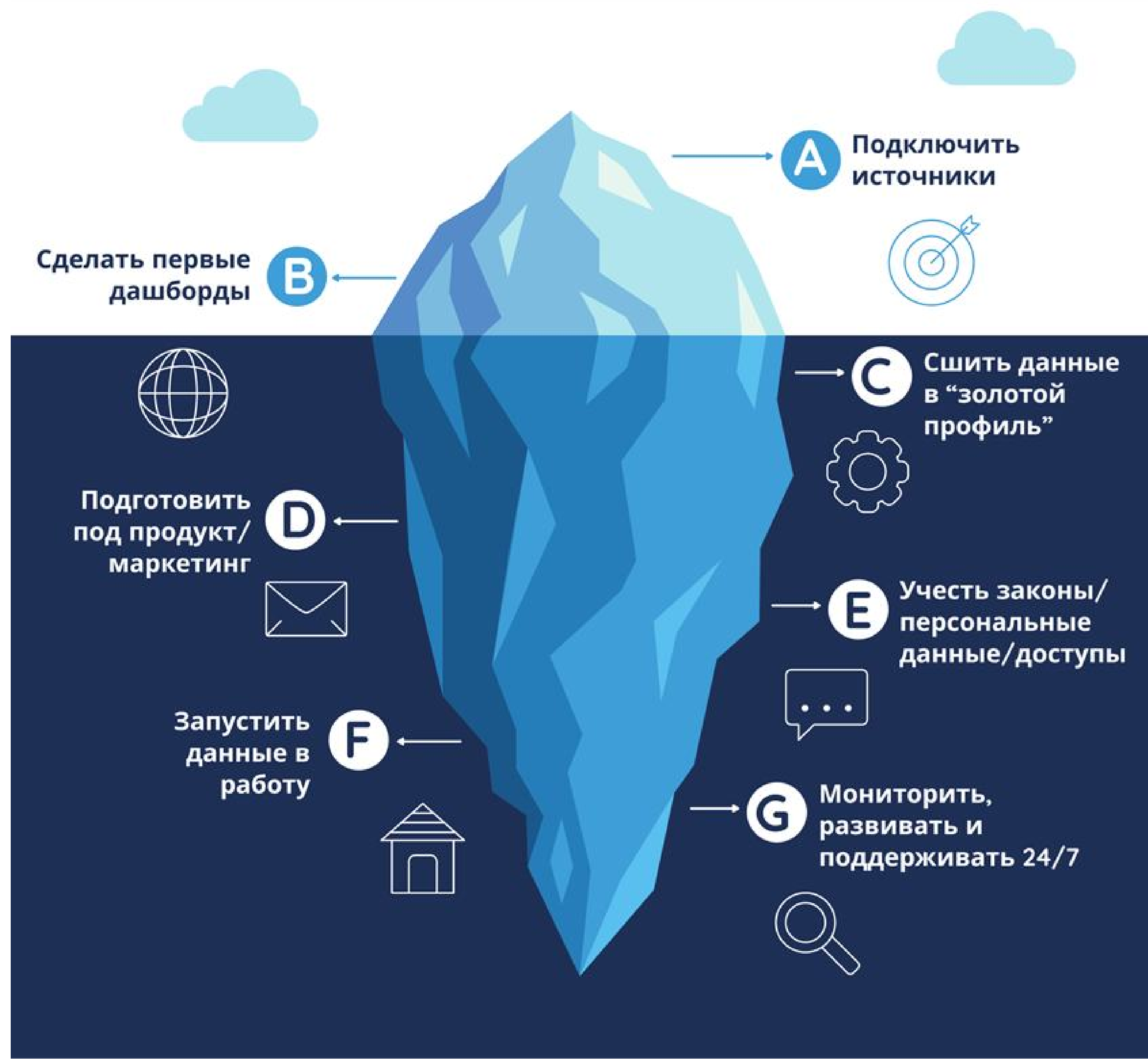
- собирает данные из разных ИСТОЧНИКОВ
- собирает единый “золотой профиль”,
- активирует действие в нужном канале коммуникации с клиентами.





Долго, больно и дорого

Типичная история — полгода работ, десятки вовлеченных людей и осознание всей величины айсберга.





McDonald's CDP

Было: Каналы жили отдельно: приложение, сайт, касса, доставка, Wi-Fi, медиа и т.д.

Задача: В отчетность для бизнеса, сегментированные персонализированные коммуникации с клиентом.

- уверенно узнавать пользователя в разных каналах;
- понимать намерения клиента (вероятность повторной покупки, чувствительность к цене, отклик на оффер);
- применять данные (Дашборды продукта и маркетинга, Персональная коммуникация, A/B-эксперименты и т.д.).





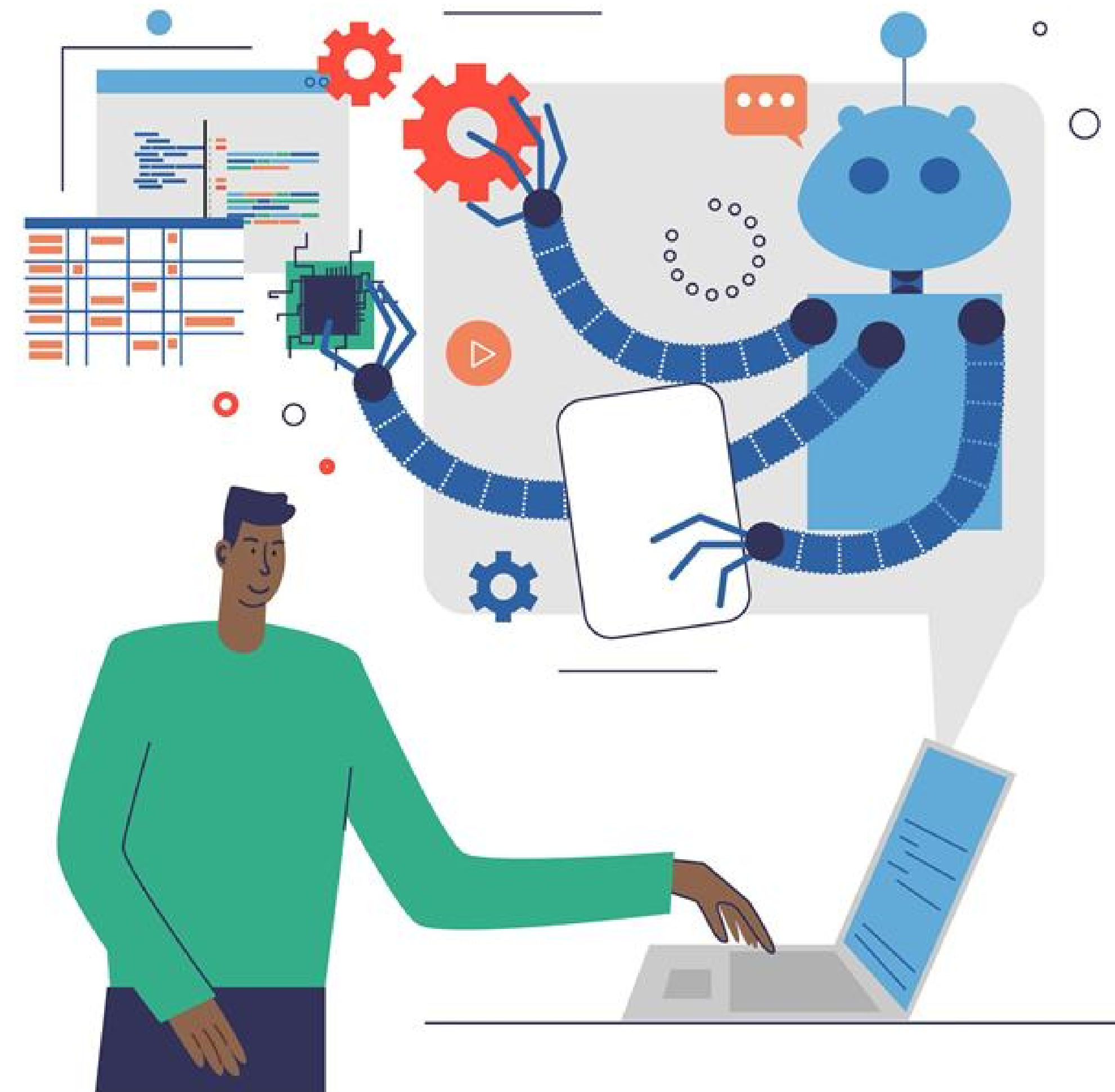
Супермаркет Данных СБЕР

Было: Точечные поставки данных. Бизнес ждал данные месяцами.

Задача: Сократить срок поставки данных и оптимизировать взаимодействие с ними.

- Разработаны каталог и витрины;
- Стандартизированы пользовательские пути;
- Разработаны готовые наборы под задачи;
- Сформированы роли и ответственность.

Стало: данные доступны не за месяцы, а за **2-3 дня**.





Инсайты работы с данными

Что применимо в любой отрасли:

- Начинайте с понятных бизнес-результатов, а не со строительства хранилища: 2–3 сценария, где данные дают немедленную ценность (ретеншн, cross/up-sell, отток и т.д.).
- «Золотой профиль» — это не когда мы знаем о клиенте всё, а когда знаем достаточно. (конверсии растут и при 60–80% понимания профиля).
- Самый дорогой атрибут данных — скорость доступа.

Если контакт с клиентом происходит в первые 5 минут после его действия — вероятность сделки выше в 7–8 раз, чем спустя час.





Казалось бы очевидно, но:

Не собираем всё подряд, спрашиваем согласие, знаем зачем храним, защищаем. Соблюдаем все пункты “Закона о персональных данных”. GDPR / 152-ФЗ / NPD.

Кто, когда и с какой целью использует данные — должно быть прозрачно, легко доступно и понятно.

Прописать все Внутренние регламенты. У кого есть доступ, как его получают, что логируется, как быстро удаляем лишние данные.

Всегда готовы к аудиту и проверкам. Если завтра придёт Роскомнадзор / СБ / клиент — мы можем доказать: всё делаем законно и безопасно.





ADV

Спасибо!



Беляков Иван

Исполнительный
директор ADV

belyakov@adv.ru

+7 (962) 922 27-94

