

**ДАННЫЕ – НЕ
НОВАЯ НЕФТЬ,
А НОВАЯ БОЛЬ**

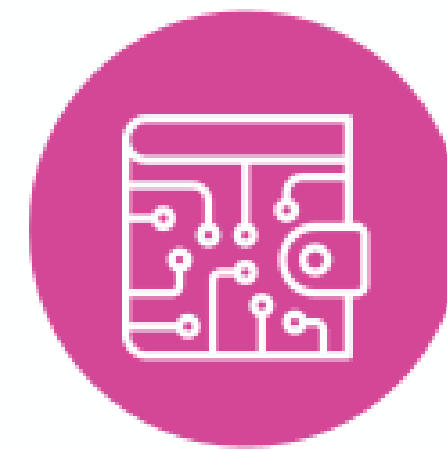
Назарова Юлия,
руководитель портфеля рекламных и
аналитических продуктов Tele2

TELE2

ЧЕРНЫЙ ЯЩИК: КАК РЫНОК ВОСПРИНИМАЕТ BIG DATA



**Ценность и
Ценообразование**



**Look-alike, machine
learning, artificial
intelligence**



**В каком канале данные
собрали, в том и
применяют**



Чужие гипотезы

TELE2

КРЕДИТ ДОВЕРИЯ

Ожидания от данных телекома



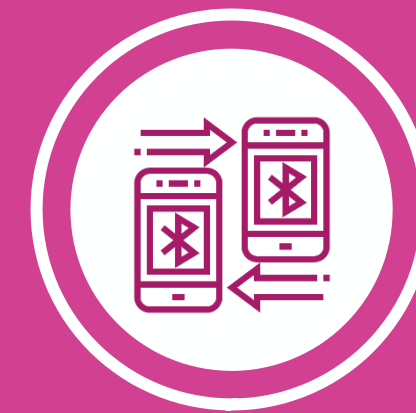
**3rd party из
проверенного
источника**
Репутация и
технологии в ДНК



**Всё уже
оцифровано**
данных и каналов



**Люди, а не куки
или боты**
Гарантия «чистого»
трафика

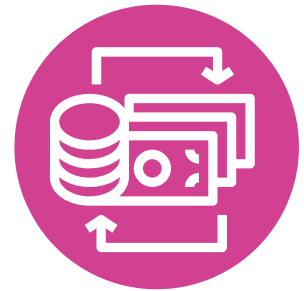


**Измерение
влияния на
продажи**
Метчинг ОФД и
ритейла

TELE2

ВПЕЧАТЛЕНИЯ ОТ МЕТЧИНГА ОФД И РЕТЕЙЛА

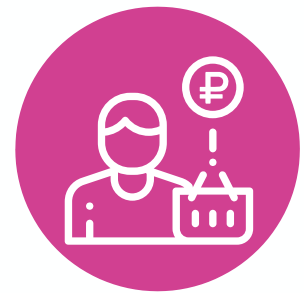
Огромный потенциал, но есть и нюансы



Метчинг: доля метчинга зависит от доли оператора и покупок в регионе, а точность от периода, за который берутся данные для таргетинга и измерения.



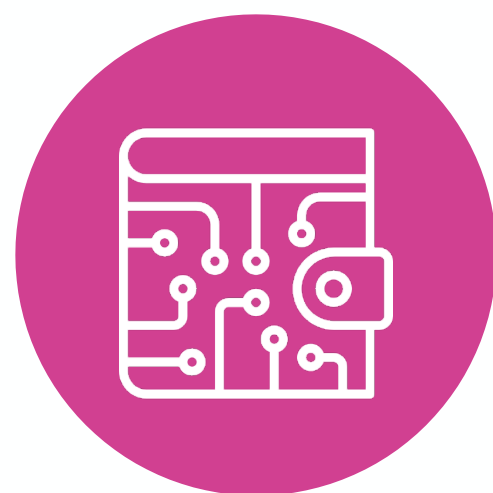
Аудиторная гомеопатия: SKU - это малые объемы. LAL – это не покупатели. За результат отвечает автор гипотезы, а не поставщик данных.



Sales lift: посчитать легко, но он не всегда положительный.

TELE2

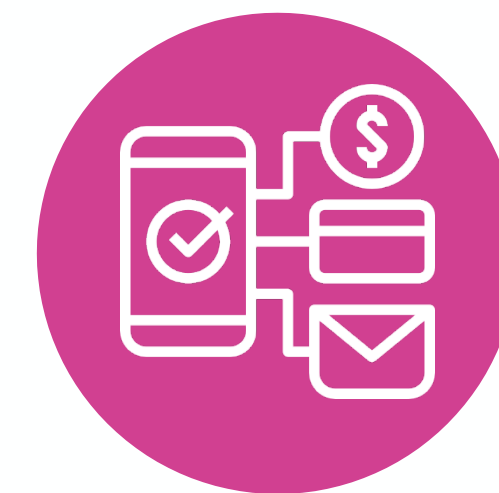
ЗОНЫ РОСТА С ОФД И РЕТЕЙЛОМ



Синхронизация,
а не метчинг



Группы лояльности,
а не SKU



Управление воронкой продаж,
а не медийка

TELE2

ГДЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ?

Данные как продукт



Внятная измеримая ценность

Живые люди.
Все каналы под
контролем.



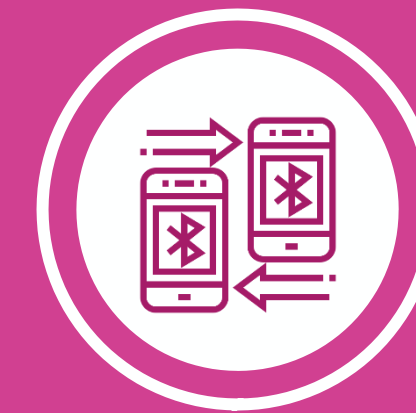
Пре-кампейн аналитика

Прозрачность и
точность объемов.
Без экстраполяции.



Onboarding данных

Управление
покупательскими
потоками и
потреблением

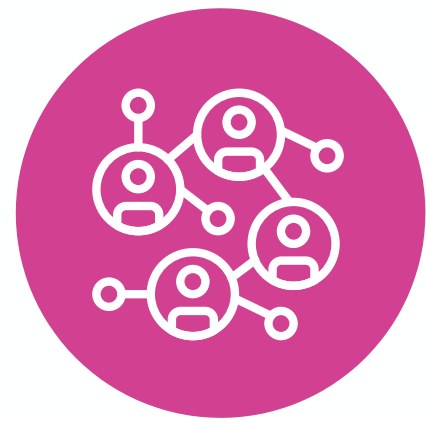


Обратная связь

и улучшаем продукт
вместе.

TELE2

DATA-ПРОДУКТЫ TELE2



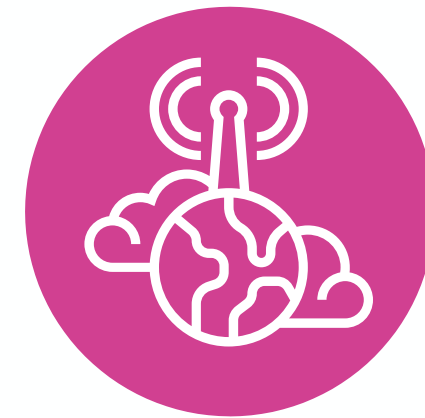
Управление воронкой продаж: интеграции с ОФД и ретейлом



Каналы: операторские, клиентские, внешние



Витрины данных: соцдем, лояльность, доступность в каналах



Пре- и пост-кампейн аналитика, скоринг

TELE2

СПАСИБО ЗА ВНИМАНИЕ

Назарова Юлия

+7 977 449 61 14

julia.nazarova@tele2.ru

fb.com/intmarkatwork

TELE2