

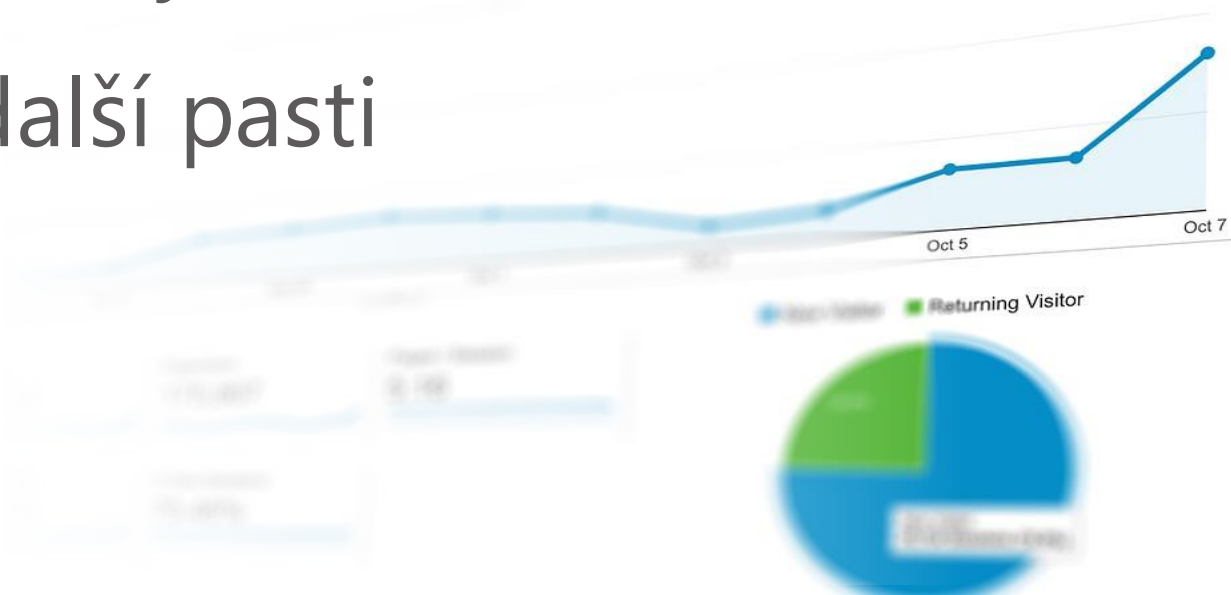
A person's hands are shown holding a silver smartphone. The background is a blurred office setting. A large blue rectangular overlay with a white wavy pattern is positioned in the center, containing the title and author information in white text.

Malý marketingový průvodce velkými daty

Tomáš Peterka, ČMSS

Trocha pojmů do úvodu

- Big Data, DWH, CRM, SQL
- Typy klientských dat
- GDPR a další pasti



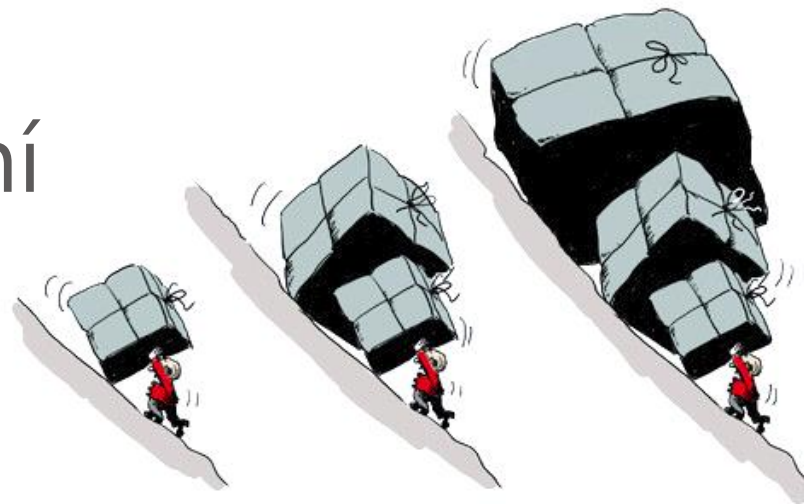
Proč Marketing na Big data tolik slyší

- Plošná nabídka vs. segmentovaná nabídka vs. kontext
- Real-time Marketing
- Existence dostatku dat pro jakákoliv rozhodnutí

..a co o Big Datech marketéři zpočátku neví

→ Marketérův **datový trojboj:**

- Technické a infrastrukturní limity
- Procesní nastavení
- Legislativní omezení

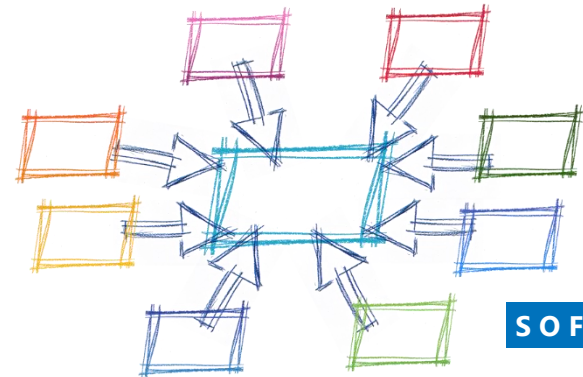


Několik typických mýtů o datech

- **Není potřeba nic vyvíjet, vše lze rychle a efektivně outsourcovat**
 - zkuste říct vašemu podnikovému právníkovi, kam budete posílat klientská data.
- **Propojíme sbíraná data z Internetu s klientskými daty**
 - a než se nám podaří překonat firewally, přesunou se klienti do segmentu *staří a zaopatření*.
- **Zákazníky vybereme podle několika jednoduchých podmínek**
 - ve skutečnosti je těch podmínek 30 a algoritmus programujeme dva týdny.
- **Tato data se budou generovat automaticky**
 - ale budeme potřebovat člověka, který je každý den zkontroluje.
- **Všechna potřebná data jsou dostupná v našem DWH**
 - ale Marketing tam nemá přístup.

A nakonec pár rad jak na Data-based Marketing

- Pracujte s daty, které máte. Hned.
- Zvolte si svou datovou pravdu.
- Máte-li problém s kvalitou dat, snažte se co nejdříve zafixovat data na vstupu.
- Začněte od nejjednodušších segmentů a scénářů.
- Automatizujte a standardizujte.
- Hlídejte si svá data.



Děkuji za pozornost

Tomáš Peterka, ČMSS

cz.linkedin.com/in/tomaspeterka