

Machine learning

ako predikovať a lepšie segmentovať zákazníkov

e FOCUS

Sekcia Sales/service

Miloš Molnár, ideata.eu



Segmentácia a predikcie

- základné východiská – čo a kedy
- účel aktivít v oblasti segmentácie a predikcií v biznise a v riadení vzťahov so zákazníkmi

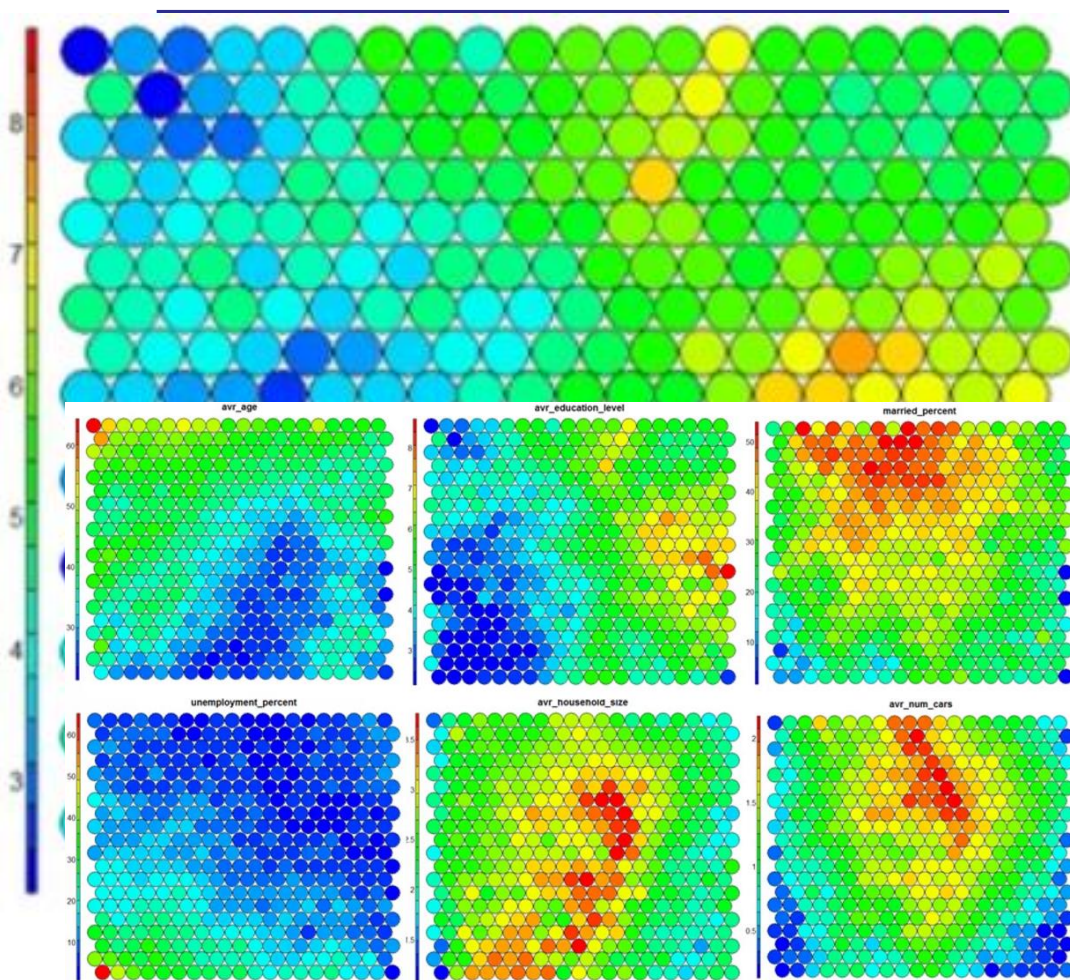
Segmentácia

“jedna z metód marketingového riadenia - konkrétne analýzy trhu“

- oblasti použitia
 - individualizácia ponuky
 - vyšší zisk so zákazníka
 - cielená (aj marketingová) komunikácia
 - automatizácia procesov
 - vyššia efektivita nákladov na kampane, cenové ponuky, tovarové balíky
- zmena paradigmy (?)



Segmentácia



klasický scenár pri kampani

v minulosti používané postupy vs. uplatnenie machine learning-u

zlepšenie v oblastiach:
vyššia granularita –
presnejšie cielenie
vyššia efektivita
učiaci sa model

Predikcie



Delphi

- najčastejšia otázka ľudstva - čo **a kedy** sa stane?
- od pranostík k matematike
- využitie Machine Learning v predikciách

Science fiction?

- dostupnosť nástrojov
- ad hoc služba analýzy / segmentácie / predikcií
- kolaboratívny Machine Learning v korporácii

Ďakujem za pozornosť.

