

Big data v slovenskom prostredí

*e*FOCUS

IBM

Big data v slovenskom prostredí

Ján Sehnal, IBM Slovensko



3 dilemy pre Big Data

Slovenské Big Data

Nositeľ myšlienky v spoločnosti

Aké dáta sledovať a prečo

Slovenské Big Data

Volume (objem)

- Menej dát (?)

Variety (rôznorodost')

- Typy dát chýbajú (IoT, verejné a iné registre, senzory, ...)

Velocity (rýchlosť)

- Oneskorenie zberu dát (D+1 a pod.)

Veracity (vierohodnost')

- Dátová kvalita, identifikátor v databázach, ...



Nositeľ myšlienky

IT



- **AKO** vyhodnocovať, analyzovať, sledovať
- Stále viac (vieme odlíšiť odpad?)
- Bezpečnosť

Business

- **ČO** a prečo vyhodnocovať
- Aký je prínos?
- Aké dáta majú hodnotu?

Čo sme sa naučili my

1. Big Data nemusia byť nutne Big téma

- Sprístupnite nástroje Business-u
- Rýchla a agilná analýza prinesie benefity



2. Začnite od svojich dát

- Rozšírte ich o zaujímavé dáta
- Interne a zadarmo

3. Zapojte externé dáta s jasným cieľom

- Analýza sociálnych sietí
 - Životné situácie a vzťahy

Aké dáta sledovať a prečo

Zmena myslenia:

Anonymný a nezaujímavý klient

=

Ideálny klient



Príklady:

1 deň klienta – aktivity a trendy
Životné situácie

1 deň klienta

Je 30.3.2016

GPS mobilu (ako ju získať?)

15+ minút bez zmeny pozície

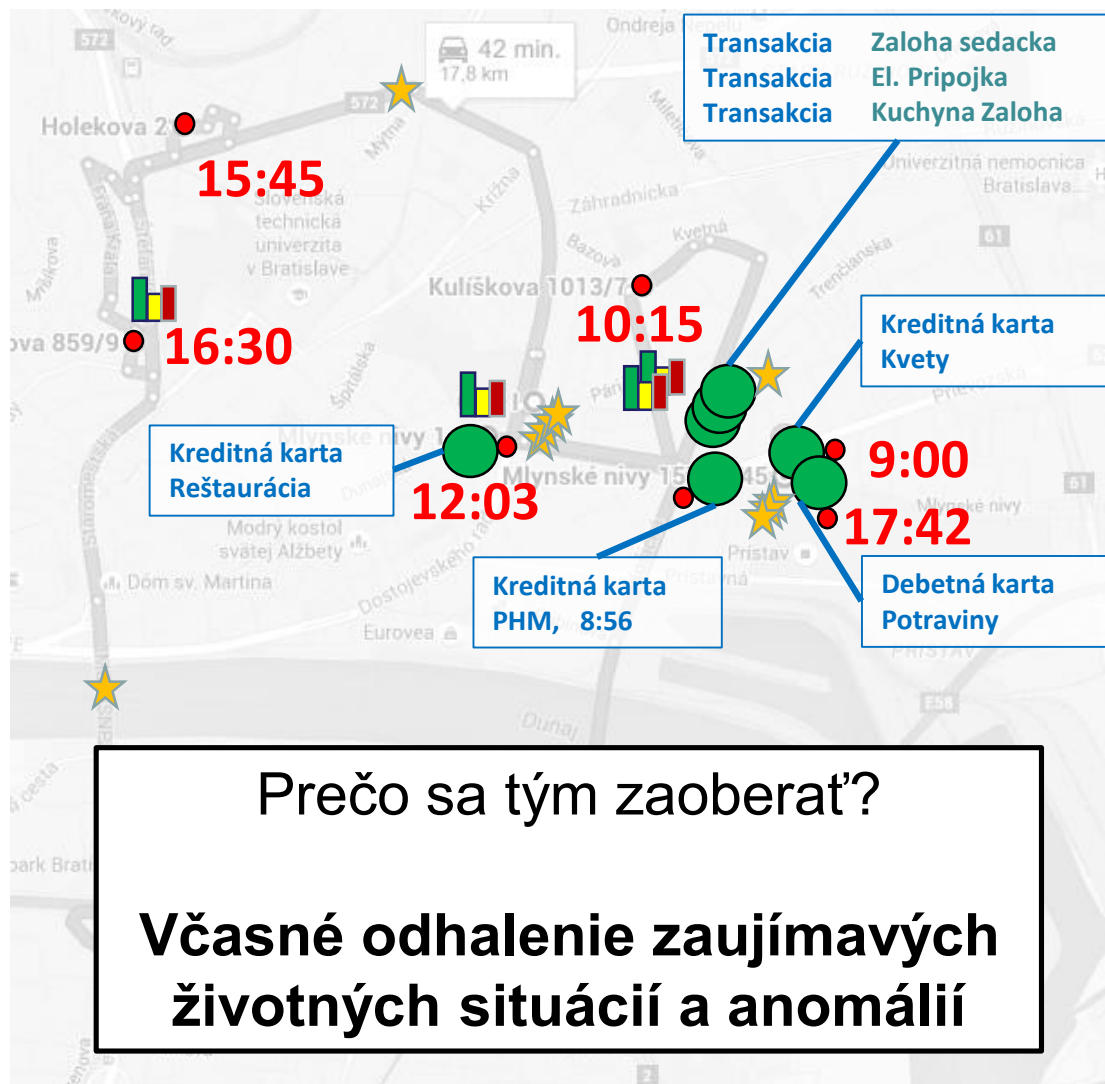
Transakcie

Protistrany transakcií

Popisy transakcií

Telefonovanie

Mobilné dáta



Pre kontext vid'
poznámky

Životné situácie

Možných interakcií → stovky
Vítaných interakcií → desiatky
Realizovaných interakcií → jedna (negatívna)

18 mesiacov klienta:

Zásnuby

Svadba

Dovolenky

Kúpa auta

Dieťa

Zmena zamestnania

Zmena internet providera

Prerábka bytu →

Zmena dodávateľa elektriny

Je rovnako dôležité identifikovať aj
koniec životnej udalosti!

Konečne ponuka na spotrebný
úver od Banky (nie primárna)

- masová kampaň ↓
- žiadosť zamietnutá ↓
- zrušenie účtov ↓

Spokojnosť zákazníka a Interakcia

Skúsme zmeniť prístup v drobnostiach:

Telco

- Mail o údržbe bez pridanej hodnoty

11-12 ráno

12-13
úplný výpadok

13-14 poobede

Získané:

- aktuálnosť e-mailu
- používané zariadenie, prehliadač, mail klient (počas interakcie), provider
- čas reakcie klienta (časť dňa, odozva)
- pozitívne vnímanie = customer satisfaction
- možný xsell/upsell

Záver

Big Data sú všade.

Nespracúvajte „iba“ dáta.

Sledujte svoj cieľ.

Nie sú nutné zásadné investície.

Prepojenie dát je základ.

Ďakujem za pozornosť

