

BIG DATA

и маркетинг ТЦ.

Что нового?

Президент России Владимир Путин на встрече со студентами Уральского федерального университета.

09.07.2019

«...траектория движения любого физического лица, человека, она, да,

должна так или иначе будет собираться в большие данные, но это не должно вредить конкретному человеку...»

*Президент России
Владимир Путин*



Microsoft официально объявила о прослушке пользователей

16 августа 2019

Microsoft примкнула к ряду компаний, которые используют сотрудников для проверки качества связи. Напомним, что среди них есть: Apple, Amazon, Google и Facebook.

Громкого заявления не было, просто в пользовательское соглашение добавили пункт: «Наша обработка персональных данных для этих целей включает как автоматизированные, так и ручные (человеческие) методы обработки».



Google



Операторы больших данных

- Государство
- Банки
- Телеком
- Интернет
- Онлайн гиганты
- Интеграторы

Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ (ред. от 31.12.2017) "О персональных данных"

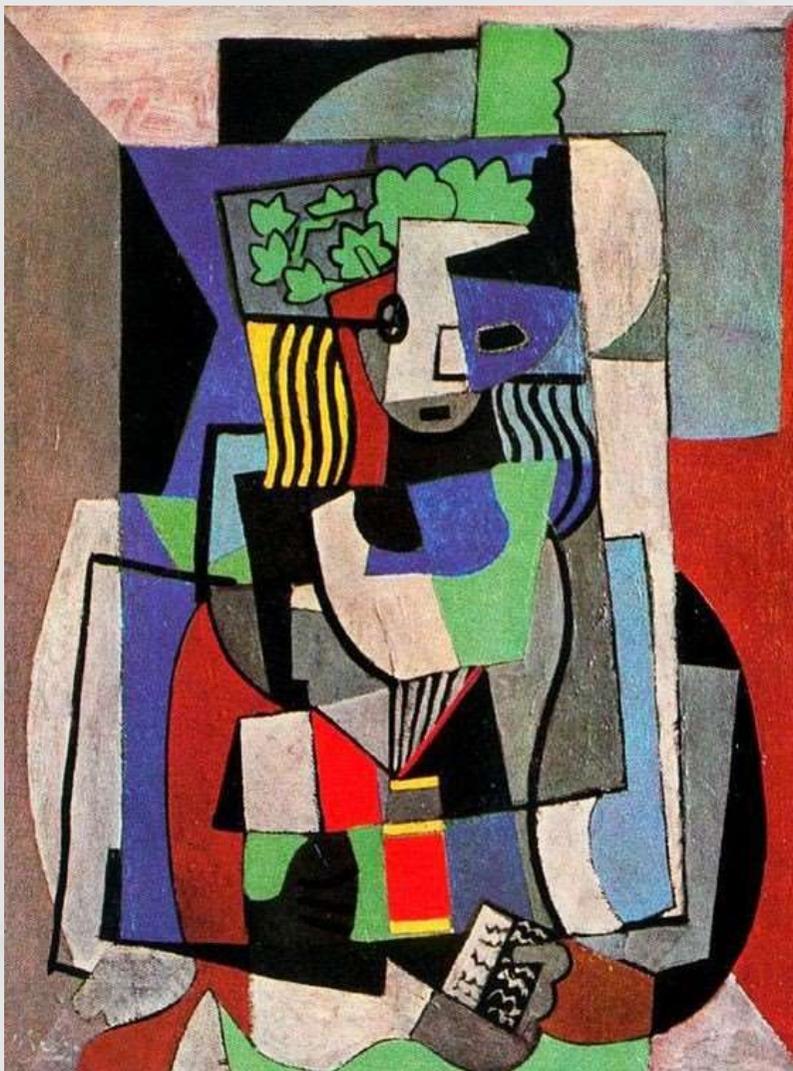
Статья 6. Условия обработки персональных данных

9) обработка персональных данных осуществляется в статистических или иных исследовательских целях, за исключением целей, указанных в статье 15 настоящего Федерального закона, при условии обязательного обезличивания персональных данных;

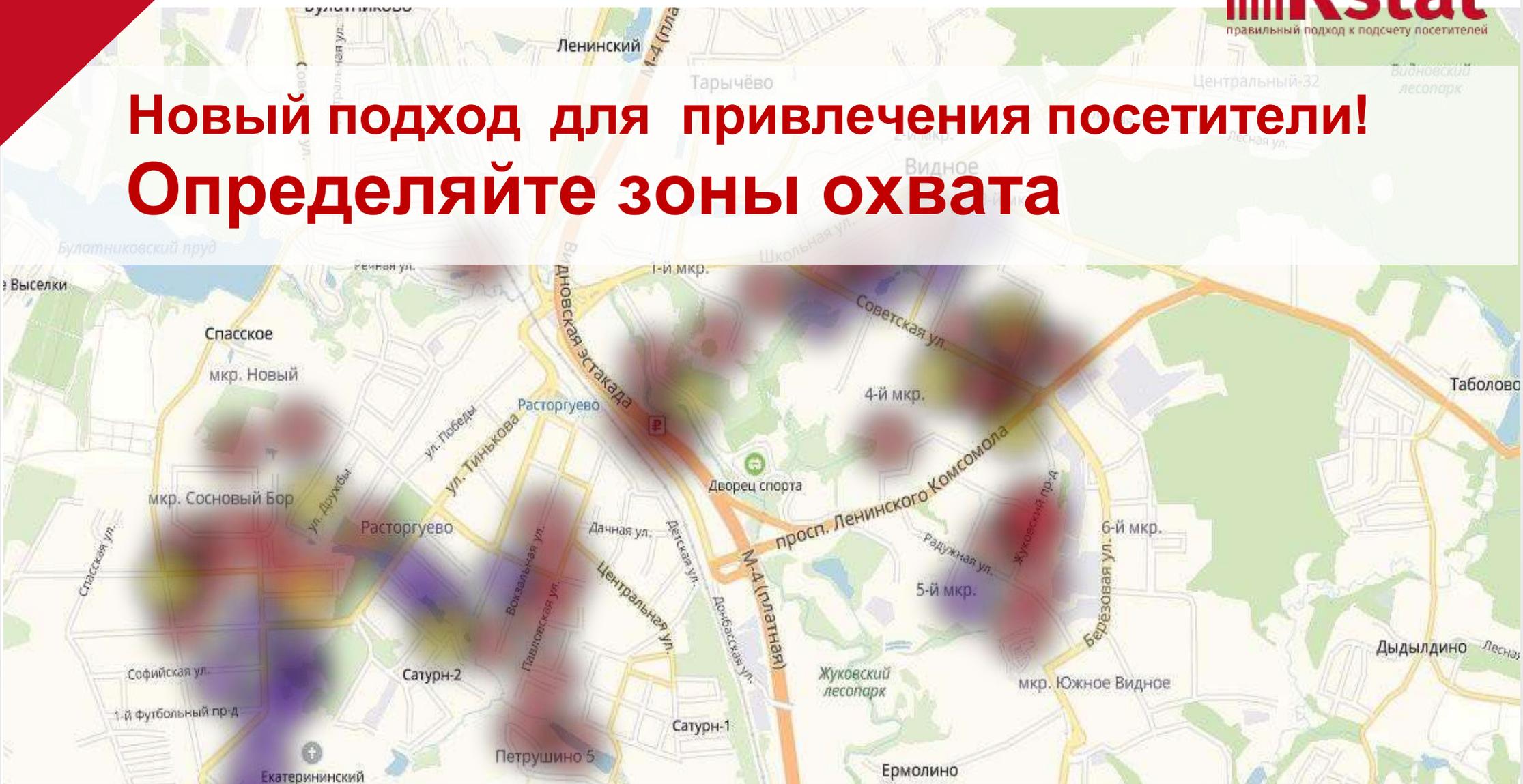
Статья 15. Права субъектов персональных данных при обработке их персональных данных в целях продвижения товаров, работ, услуг на рынке, а также в целях политической агитации

1. Обработка персональных данных в целях продвижения товаров, работ, услуг на рынке путем осуществления прямых контактов с потенциальным потребителем с помощью средств связи, а также в целях политической агитации допускается только при условии предварительного согласия субъекта персональных данных. Указанная обработка персональных данных признается осуществляемой без предварительного согласия субъекта персональных данных, если оператор не докажет, что такое согласие было получено.

ЭВОЛЮЦИЯ БОЛЬШИХ ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКИХ ДАННЫХ



Новый подход для привлечения посетителя! Определяйте зоны охвата

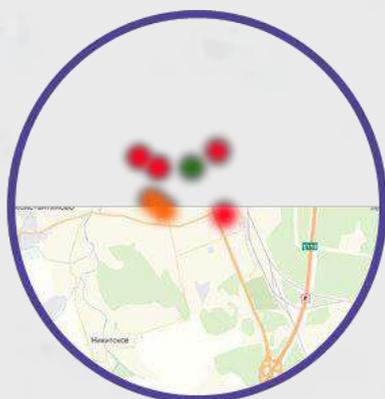


ОЦЕНИВАЙТЕ ЭФФЕКТИВНОСТЬ ТЦ ПО ВСЕМУ ГОРОДУ!

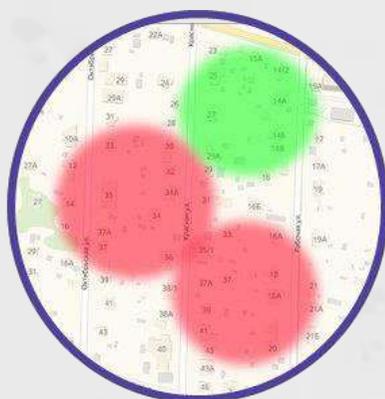
-  Появлялись в ТЦ от 2-х раз и более
-  Не появлялись в ТЦ
-  Появлялись в ТЦ от 1 до 2-х раз

ОЦЕНКА ТОРГОВОГО ЦЕНТРА = ОЦЕНКА ПОВЕДЕНИЯ ПОСЕТИТЕЛЯ

ГОРОД



РАЙОН



ТОРГОВЫЙ
ЦЕНТР



АРЕНДАТОР

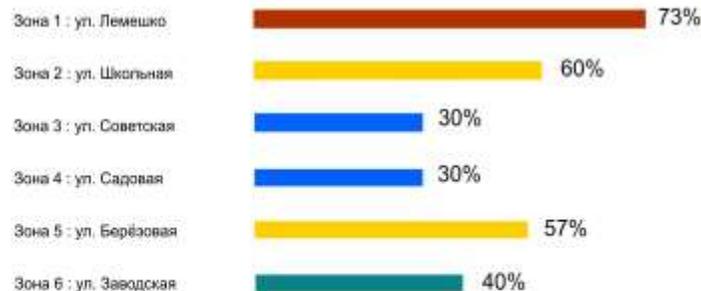


Удобно и информативно

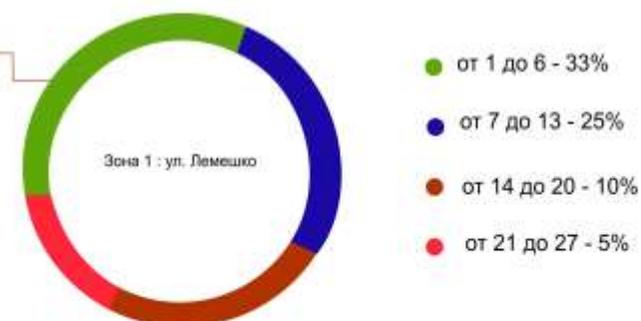
Охват

Данный отчет показывает процент возвратов ваших посетителей из зон в городе в которых они были зафиксированы.

Процент охвата



Возвраты по зоне



Зоны	Процент охвата				
	Общее	Возвраты от 1-6	Возвраты от 7-13	Возвраты от 14-20	Возвраты от 21-27
Зона 1 : ул. Лемешко	73%	33%	25%	10%	5%
Зона 2 : ул. Школьная	60%	10%	30%	10%	10%
Зона 3 : ул. Советская	30%	10%	17%	10%	10%
Зона 4 : ул. Садовая	30%	10%	17%	10%	3%
Зона 5 : ул. Берёзовая	57%	17%	35%	3%	2%
Зона 6 : ул. Заводская	40%	20%	10%	10%	0%

УДОБСТВО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ СИСТЕМЫ РАСПОЗНАВАНИЯ ЛИЦ

УЧЕТ РАБОЧЕГО ВРЕМЕНИ

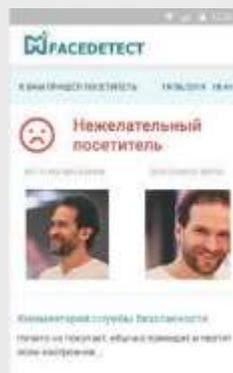
Предупреждение на мобильный телефон управляющим об уходе персонала из рабочей зоны



Служба безопасности

БАЗА ДАННЫХ ЛИЦ

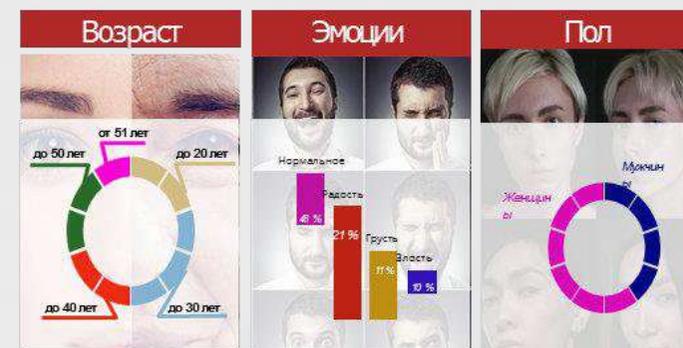
Предупреждающее сообщение на смартфон о появлении нежелательного лица



Отдел маркетинга

ОЦЕНКА ПОРТРЕТА ПОСЕТИТЕЛЯ

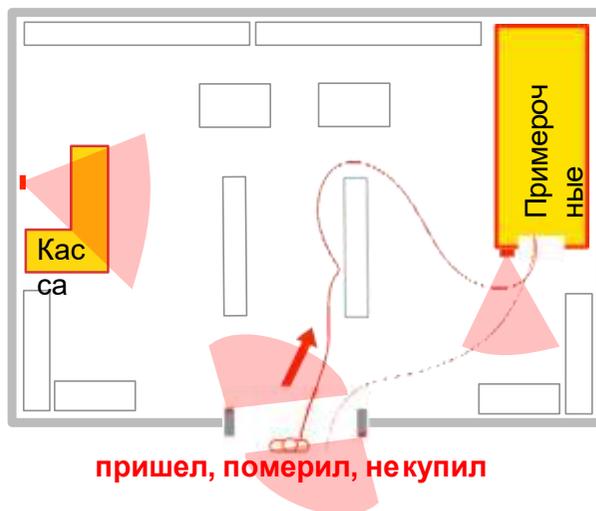
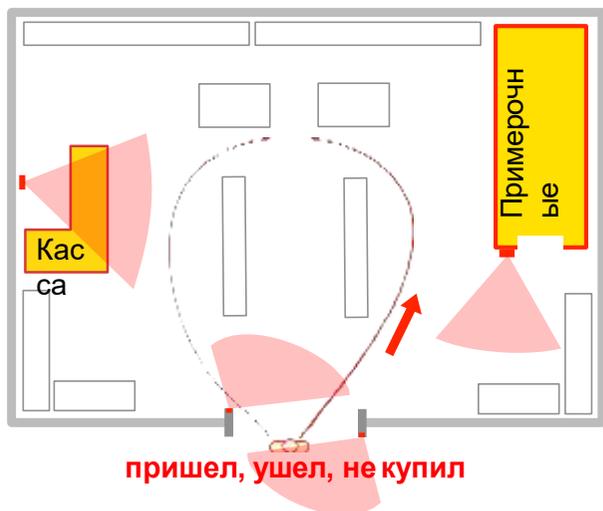
Возможность проведения оценки портрета посетителей для дальнейшей корректировки маркетинговой политики



Отдел розницы

Отдел персонала

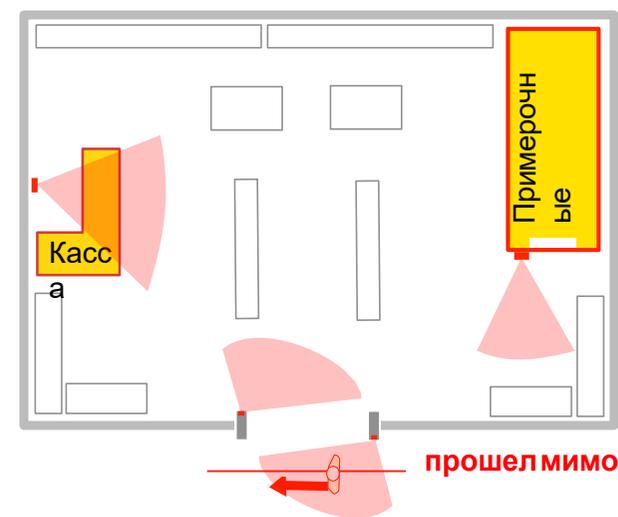
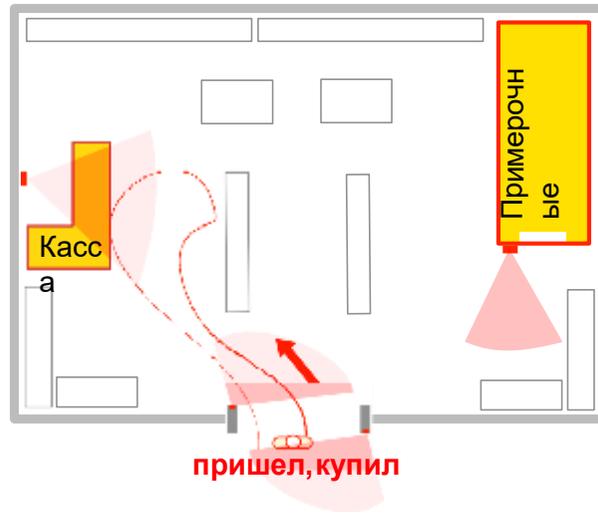
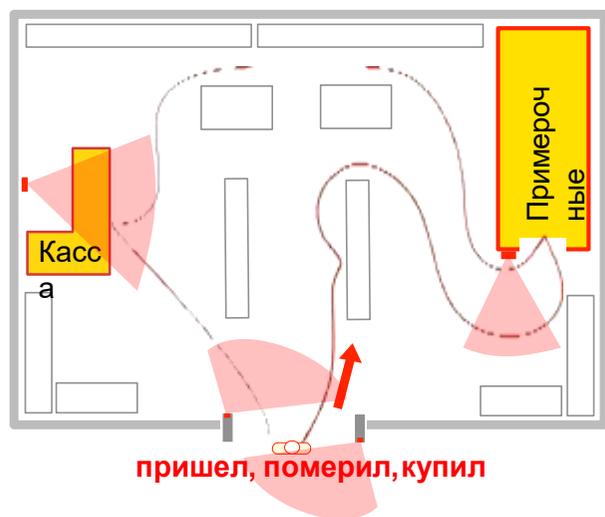
МОДЕЛИ ПОВЕДЕНИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ



Полное оснащение камерами распознавания лиц

- На входной группе в противокражной системе
- У примерочных
- У кассы

Оснащая ключевые зоны камерами распознавания, вы получаете полную информацию о поведении покупателя, включая мимоходящих посетителей и посетителей ушедших без покупки.



Риски – «хрустальное будущее»

- Гос. Регулирование
- Достоверность данных
- Окупаемость
- «Рукописные» алгоритмы
- Надёжность хранилищ
- Потеря уникальности

Возможности – «Покупателю не спрятаться, не скрыться...»

- Фото
- Размер одежды
- Круг интересов
- ФИО
- Номер телефона
- Бюджет покупок
- Пол
- Соц. сети
- Связи
- Рост
- Электронный адрес
- Район проживания/работы
- Паспорт
- Маршрут движения
- Приоритетные ТЦ и Сети
- Возраст



Rstat

правильный подход к подсчету посетителей

Беляев Олег Иванович
belyaev@antivor.ru

+7(903) 672-02-61