



IoT
SmartCity
BigData

T Business
ANALIZA
RUCHU
BIG DATA

POZYSKAJ KLIENTÓW DZIĘKI ANALIZOM BIG DATA

Dzięki analizie ruchu Big Data przedsiębiorca może poznać potencjał istniejącej lub planowanej lokalizacji, profil i zwyczaje zakupowe Klientów oraz konkurencji.

KORZYŚCI



Optymalizacja kosztów

Zmniejszenie kosztów prowadzonej działalności.



Dopasowanie oferty

Elastyczna oferta dla aktualnych i przyszłych Klientów.



Poznanie konkurencji

Błyskawiczna reakcja na zmieniające się warunki otoczenia biznesowego.



Odkrycie potencjału

Atrakcyjna infrastruktura dla Klientów, w zależności od regionu.



Dane behawioralne

Dane o faktycznych zachowaniach blisko 6 mln użytkowników telefonów komórkowych.



Catchment behawioralny

Rzeczywista strefa oddziaływania Twojego centrum.



Cross-Usage

Przepływy Klientów między centrami – gdzie jeszcze robią zakupy Twoi Klienci?



Grupy Klientów

Segmentacja Klientów – różnicowanie Klientów okazjonalnych i regularnych.



Profil Klientów i nie-Klientów

Identyfikacja istniejącego i niewykorzystanego potencjału centrum.



Benchmarki i porównania

Twoje centrum na tle konkurencji.



Dane historyczne

Analiza trendów – możliwość śledzenia trendów i zmian sytuacji na rynku.



Skuteczność działań marketingowych

Monitorowanie częstotliwości odwiedzin obecnych i nowych Klientów centrum.

OPIS ROZWIĄZANIA

INFORMACJE WYKORZYSTYWANE DO ANALIZY		GŁÓWNE GRUPY INFORMACJI	
Skala ruchu	Liczba zauważonych abonentów T-Mobile w skali całego rynku pozwala ustalić średnią liczbę wizyt oraz ich powtarzalność, poznać wielkość grupy docelowej, przeanalizować działanie kampanii promocyjnych i wyznaczyć benchmarki dla przyszłych eventów.		<ul style="list-style-type: none"> Liczba zauważonych abonentów T-Mobile ważona do całego rynku. Średnia liczba wizyt, powtarzalność. Wielkość grupy dotarcia. Benchmarki, analiza okresów eventów/kampanii promocyjnych.
Współdziałanie	Inne miejsca i lokalizacje odwiedzane przez abonentów zauważonych w wybranej lokalizacji.		<ul style="list-style-type: none"> Inne centra/miejsca odwiedzane przez abonentów zauważonych w określonym miejscu.
Źródła ruchu	Zbadanie siły oddziaływania obiektu handlowego dzięki wykorzystaniu danych catchment area.		<ul style="list-style-type: none"> Behawioralne catchment area. Penetracja – siła oddziaływania centrów. Ruch spoza miasta. Roaming.
Profil*	Unikalny profil stworzony w oparciu o wiek właściciela umowy, jego lokalizację, poziom opłat za usługi telekomunikacyjne, częstotliwość odwiedzania centrów, podróży i wiele innych istotnych czynników.		<ul style="list-style-type: none"> Wiek właściciela umowy. Lokalizacja (home & work tower). Poziom opłat za usługi telekomunikacyjne. Odwiedzanie centrów. Podróżowanie.
Potencjał strefy	Oszacowanie prawdopodobieństwa powodzenia biznesu dzięki danym opartym na demografii, populacji pracującej, działalności konkurencji, generatorach ruchu i wielu innych składowych.		<ul style="list-style-type: none"> Demografia. Populacja pracująca. Konkurencja. Profil. Generatory ruchu.

NARZĘDZIA – INFRASTRUKTURA TECHNOLOGICZNA

W JAKI SPOSÓB OPERATOR GROMADZI DANE?

Istniejące, zewnętrzne stacje bazowe



12 miesięcy historii danych w każdej chwili

- Od kilkunastu do kilkudziesięciu metrów.
- Natężenie ruchu w okolicy (home towers, work towers).

Wewnętrzne instalacje działające w centrach



12 miesięcy historii danych w każdej chwili

- Wewnątrz obiektu.
- Wizyty w centrum, parku handlowym.

DLACZEGO T-MOBILE?

Dzięki integracji bazy ponad 6 mln użytkowników telefonów komórkowych ze zgodami marketingowymi z RODO, doświadczeniu konsultingowemu, specjalistycznej wiedzy oraz stałej współpracy z liderami z różnych sektorów gospodarki oferujemy rozwiązanie, które dotychczas nie było dostępne na polskim rynku.

CHARAKTERYSTYKA

Tradycyjne analizy obiektów handlowych zaczynają się od określenia geograficznego obszaru zasięgu w oparciu o pewne założenia, np. czas potrzebny na dojazd. Jest to podejście teoretyczne. Dane behawioralne, wykorzystywane w analizie ruchu Big Data, umożliwiają monitorowanie faktycznych zachowań oraz przepływów Klientów – tylko dzięki nim można określić realny zasięg osób w danej lokalizacji.

ZASTOSOWANIE BIG DATA W PRAKTYCE

Socjo-demograficzna segmentacja

Lepsze poznanie i targetowanie grupy Klientów.

Analiza konkurencji

Jak wielu Klientów kupuje u konkurencji?

Analiza odptywu Klientów – churn

Sprawdzenie, ilu Klientów udało się do sklepów konkurencji.

Analiza godzin otwarcia

Porównanie godzin otwarcia sklepu z liczbą osób przechodzących obok sklepu. Optymalizacja godzin otwarcia w celu pozyskania większej liczby Klientów.

Analiza liczby osób przechodzących na dany dzień w wybranych okresach

Liczba potencjalnych Klientów i analiza trendów. Lepszy wybór odpowiedniej lokalizacji pod nowy sklep. Minimalizacja ryzyka wyboru złej lokalizacji i kosztów likwidacji danej placówki.

Pomiar skuteczności kampanii marketingowych

Liczba osób, które odwiedziły sklep.

Zasięg kampanii

Na podstawie analizy osób przejeżdżających oraz kodów pocztowych miejscowości, w której mieszkają możliwa jest analiza zasięgu kampanii.

Analiza danych socjo-demograficznych w wybranych okresach

Profil osób odwiedzających określoną lokalizację wraz z częstotliwością.

Porównanie lokalizacji

Analiza lokalizacji i ich atrakcyjności na reklamę wg zadanych kryteriów.

Liczba potencjalnych odbiorców reklamy

Analiza, ile potencjalnych osób było w okolicy reklamy outdoor.

KOMPLEKSOWE USŁUGI

DLA DUŻYCH I ŚREDNICH FIRM



Cybersecurity

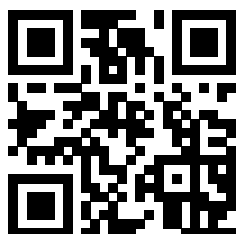
Cloud
&
Data Center

Connectivity

IoT
SmartCity
BigData

IT Services

Dowiedz się więcej



T-Mobile Polska S.A.
ul. Marynarska 12, 02-674 Warszawa

Więcej informacji o usługach: www.biznes.t-mobile.pl