ВЫХОД ИЗ «ПУЗЫРЯ»

DIGITAL ПРОДУКТЫ ОПЕРАТОРА ДЛЯ РЕКЛАМНОГО РЫНКА

Завтрак Harvard Business Review-Россия

TELE2

10 ЛЕТ С ПРЕЗЕНТАЦИИ ПЕРВОГО IPHONE

Начал работать таймер «стань трубой» для сотовых операторов

Начал работать станок по надуванию информационных и управленческих пузырей

Джек Ма (или кто-то другой, но тоже достойный) задумался о том, что «данные – это нефть 21 века»

Владельцы неадресуемых неизмеримых медиа заказали еще по коктейлю



TELE2

ДИДЖИТАЛИЗАЦИЯ & БИГДАТИЗАЦИЯ

Создание «модных» продуктов (мессенджеры, игровые порталы, умные дома)

Сбор и хранение данных ради самого процесса

Потеря стратегических ориентиров

Сокращение срока жизни продуктов

Смешанные сигналы от регуляторов

Рождение идеи о «бесплатной» связи



TELE2

ПОМОЩИРУКА ОТ АГЕНТСТВА

Изменение бизнеса рекламных агентств под давлением технологий

Арбитраж целей и задач различных клиентов в различных индустриях через данные и деньги

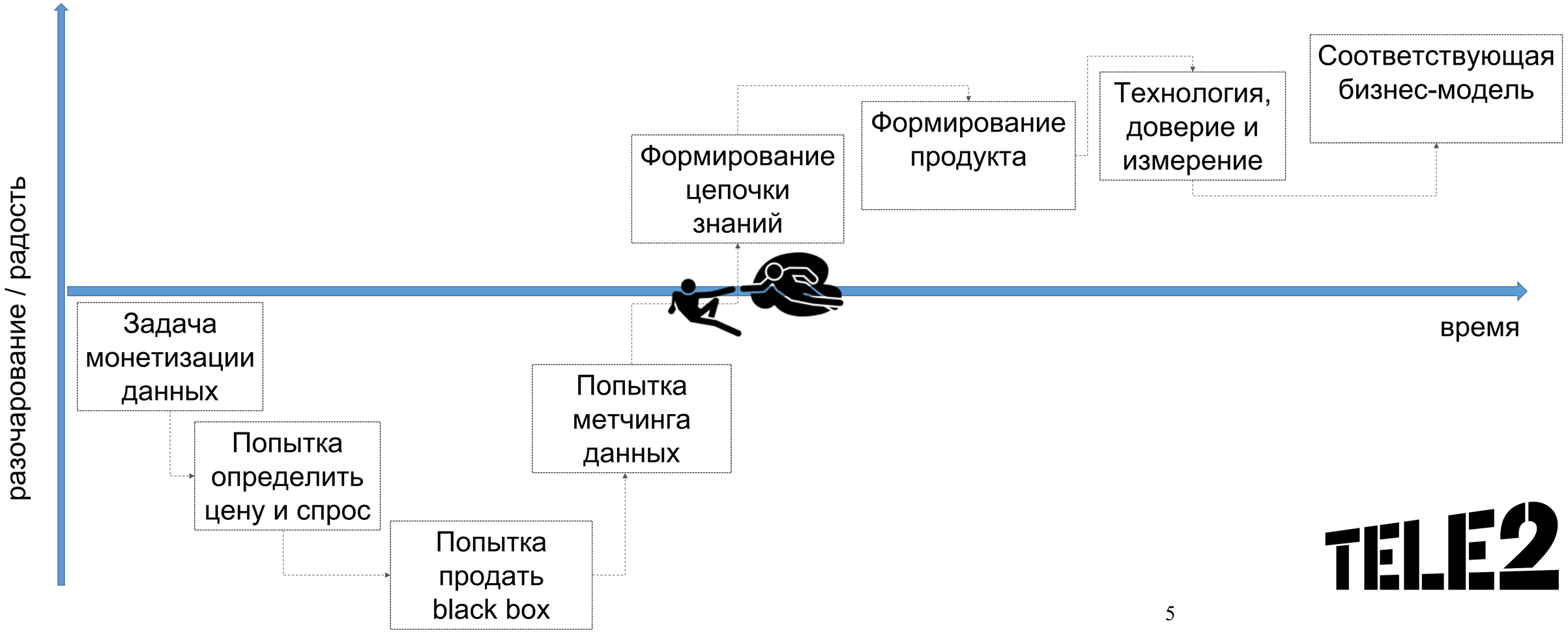
Данные как инструмент познания внешнего мира

Создание площадок нового типа - data marketplaces (например, TRMPLN) для обмена данными и построения цепочек знаний с последующей монетизацией в адресуемых медиа



TELE2

ПОЛУГОДОВОЕ ПУТЕШЕСТВИЕ ПО ДОЛИНЕ СМЕРТИ ПРОДУКТОВ НА БАЗЕ ДАННЫХ



ВЫХОД ИЗ ПУЗЫРЯ ЧЕРЕЗ СВОИ ЗНАНИЯ

- Социально-демографические данные абонента
- Гео-аналитика и гео-контекст
- Доходный, рисковый и страховой скоринг
- Состав домохозяйства
- Формирование интереса и мгновенный интерес
- Профилирование контактов
- Покупки и атрибуционное моделирование



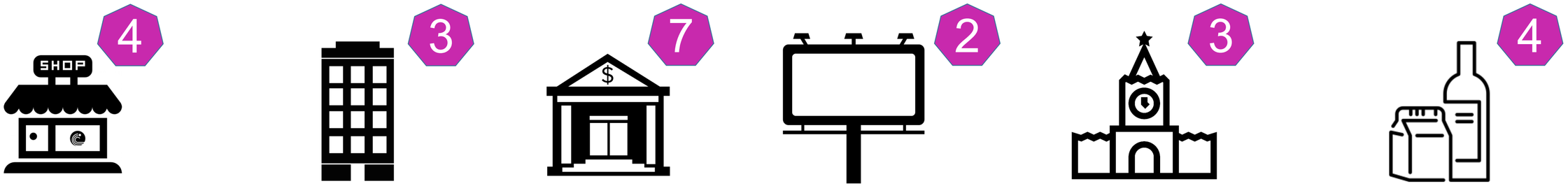
БЫЛО: 1 ПРОДУКТ ДЛЯ МИЛЛИОНОВ

СТАЛО: МИЛЛИОН ПРОДУКТОВ ДЛЯ 1

- Профилирование целевой аудитории
- Построение поведенческих сегментов
- Атрибуция оффлайн/онлайн
- Долгосрочные и краткосрочные интересы
- Лидогенерация
- Скоринги всех типов

ДЛЯ ПРИМЕРА:
1
ЛИД ПРИНОСИТ
3-Х ЛЕТНИЙ ARPU
НА АБОНЕНТА

С НАЧАЛА 2017 ЭТИ ПРОДУКТЫ УЖЕ ВСТРОЕНЫ В ЦЕЛЫЙ РЯД БИЗНЕСОВ



Ритейл | Девелоперы | Банки | OOH/DI | Госуправление | FMCG

ЕСТЬ С КЕМ ПОГОВОРИТЬ

Андрей Жигулев
+7 (915) 371 55 89
andrey.zhigulev@tele2.ru

