

# МОНЕТИЗАЦИЯ СЕРВИСОВ

## на основе BIG DATA

Активное развитие сетей передачи данных, в т.ч. мобильных, приводит к лавинообразному росту трафика. Телеком-операторы, интернет-провайдеры, торговые и финансовые организации вкладывают большие средства в ИТ-инфраструктуру и строят мощные хранилища, где копятся петабайты и эксабайты данных. В большинстве случаев компании не знают, как извлечь из них пользу. «Энвижн Груп» предлагает решение, которое превращает «балласт» в дополнительный источник дохода.

### Сферы применения Track Browsing

#### Оптимизация бизнеса

- Развитие сети продаж
- Построение прогнозов
- Конкурентный анализ
- Управление продажами

#### Повышение эффективности абонентской базы

- Профили интересов абонентов
- Анализ социальных связей
- Деанонимизация абонентов
- Использование медиа-маркетинга
- Снижение оттока абонентов
- Игрофикация сервисов

#### Финансовые услуги

- Мобильные платежи
- Кредитный скоринг
- Выявление и предотвращение фрода

#### Исследование мобильных сетей

- Анализ M2M-устройств
- Инвентаризация оборудования
- Оптимизация энергосетей
- Оценка качества мобильного интернета

#### Геолокация

- Сервисы геопозиционирования
- Таргетированная реклама

- Планирование розничных сетей
- Размещение банкоматов
- Оптимизация логистики

#### Инфраструктура

- Анализ «доверенных» данных
- Облачные системы
- Виртуализация

#### Оптимизация социальной инфраструктуры

- Решение транспортных задач
- Обеспечение правопорядка
- Развитие сервисов здравоохранения
- Борьба с проблемами старения

**Track Browsing** – система собственной разработки «Энвижн Груп», предназначенная для анализа больших объемов информации, в т.ч. неструктурированной, и ее последующей монетизации. Благодаря широким возможностям платформу могут эффективно использовать компании различных отраслей – телекоммуникаций, энергетики, ритейла, финансового сектора, государственных структур и т.д. Решение обеспечивает анализ сетевого трафика, данных различных систем и сервисов (геолокация, биллинг, процессинг, логистика и т.д.) и структурированной информации из многих других источников.

#### Фокус применения системы

- Проведение целевых маркетинговых кампаний и исследований
- Таргетированная реклама, отвечающая интересам пользователей
- Геоаналитика – событийно-ориентированный анализ объектов перемещения
- Прогнозирование потребительского спроса в заданной географической зоне
- Деанонимизация клиентов компании для увеличения коммуникативной способности
- Анализ социальных связей по «жестким» и «мягким» связям
- Обеспечение информационной безопасности – противодействие мошенничеству и распространению «шпионского» ПО

### Пример реализованного проекта

Внедрение системы Track Browsing в федеральном операторе связи показало ее высокую эффективность. Расходы на запуск решения окупались за первые полгода использования, наблюдается рост ключевых бизнес-показателей:

- снижение оттока абонентов в 2–5 раз;
- рост конверсии предложений по дополнительным услугам в 3–5 раз;
- деанонимизация абонентов – более 50% клиентов;
- анализ профилей социальных сетей – более 50% абонентов;
- доход в тестовом периоде (6 месяцев) – более 300 млн руб.;
- прогнозируемый доход – порядка 970 млн руб/год.

## Сценарии использования Track Browsing

### Персонализация (деанонимизация) клиентской базы

Компании не всегда могут выстроить персонализированное общение с клиентами, т.к. значительная часть абонентской базы содержит обобщенную или недостоверную информацию:

- у корпоративных клиентов за контактными лицами закреплено множество реальных абонентов – сотрудников компании;
- у физических лиц, указанных в договорах на обслуживание, реальными абонентами могут быть члены семьи;
- у давних клиентов контактная и вспомогательная информация устаревает, не соответствует текущей ситуации.

Анализ геолокационных данных и действий клиентов при использовании финансовых и телеком-услуг позволяет накапливать и уточнять недостающую информацию, а также выявлять взаимосвязи: определять круги общения пользователей, находить «агентов влияния» и т.д. Все это помогает более эффективно использовать маркетинговые инструменты, чтобы удерживать действующих абонентов и привлекать новых.

### Профилирование абонентской базы

Сопоставление данных, поступающих из различных сервисов (электронная коммерция, логистика, геолокация и т.д.) и социальных сетей, позволяет составить детальный портрет абонента: пол, возраст, образование, род занятий, образ жизни, круг интересов. Такое профилирование помогает создавать адресные предложения, соответствующие персональным предпочтениям каждого пользователя. Например, оценив финансовые возможности абонента, можно предложить ему подходящие продукты и услуги – вклад или кредит на выгодных условиях. На таргетированную рекламу клиенты откликаются гораздо чаще, чем на массовую: рост конверсии составляет до 50%.

### Обеспечение информационной безопасности

Одна из наиболее распространенных мобильных угроз – контентный фрод, вредоносное ПО, которое скрытно отправляет SMS-сообщения по списку контактов в записной книжке абонента, а также предоставляет злоумышленникам возможность удаленного управления телефоном и похищения конфиденциальной информации. Анализ мобильного трафика позволяет выявлять подозрительные действия, находить и блокировать источники распространения киберугроз – телефонные номера и интернет-сайты, повышая уровень безопасности в сети.

### Генерация новых «точек роста» бизнеса

Интеграция данных из разных областей деятельности создает синергетический эффект и формирует инновационный цикл: от решения текущих бизнес-задач – к развитию технологий и решению новых бизнес-задач. Например, телеком-оператор может предоставлять абонентам возможности мобильного банкинга, что упрощает многие финансовые операции – оплату услуг ЖКХ, покупки в интернет-магазинах и т.д. При этом партнерские соглашения между интернет-магазином и телеком-оператором позволяют клиентам получать дополнительные скидки и принимать участие в специальных акциях.

## Варианты поставки Track Browsing

- **Сервисная схема** – передача исходных данных на оборудование, размещенное вне информационного контура заинтересованной компании, с последующим предоставлением аналитических отчетов.
- **Комиссионная схема** – передача данных для расширения текущего информационного массива на оборудование, размещенное вне информационного контура компании, с последующим получением комиссионных платежей за предоставляемые данные.
- **Коробочная поставка** – установка оборудования и программного обеспечения, а также выполнение полного цикла интеграционных работ, позволяющих компании анализировать данные самостоятельно.
- **Разделение дохода** – вариант для посредников (третьих компаний): реализация сервиса с добавленной стоимостью на оборудовании «Энвижн Групп» – анализ данных, получаемых от заинтересованной компании, с последующим разделением дохода.