



DATACON

DATA marketing
DMP Datacon

ОТКУДА БЕРУТСЯ ДАННЫЕ О ДЕЙСТВИЯХ ЛЮДЕЙ В ИНТЕРНЕТЕ

В течение жизни, с каждым из нас происходит множество крупных и мелких событий.

Часть из них могут повторяться, мы регулярно покупаем продукты, ходим на работу, ездим в отпуска, меняем машины.

С помощью DMP Datacon мы можем предсказывать поведение людей и делать прогнозы, основанные на чистых, верифицированных данных.





Возможности DMP Datacon

Сбор offline данных

Более 300 000 000 уникальных целевых действий. Сегментация по 50+ отраслям.

Сбор данных о посетителях с сайтов в Интернете

Возможность собирать и анализировать аудиторию сайтов.
Идентификация 40 % посетителей сайта

Сбор данных из открытых источников и социальных сетей

по 2 000 000 000+ уникальных аккаунтов. Находим 70% россиян

Внедрение Big Data решений для маркетинга

кейсы по лидогенерации и обогащению в секторах: банки, недвижимость, авто

§Соответствие законодательству РФ (ФЗ-152, ФЗ-149): используются публично доступные данные, которые можно обрабатывать без согласия субъекта и обезличенные Off line данные

Демография	•Пол и возраст •Место рождения и жительства •Образование
Домохозяйство	•Семейный статус •Наличие детей •Работа и должность •Доход
Интересы и привычки	•Гороскопы; Юмор; Диеты; Мужские и Женские сообщества; Дизайн; Образование; Спорт; Семья; Технологии; Путешествия; Эротика; Знакомства; Азартные игры; Заработок в интернете; Кредиты; Инвестиции •Точечная сегментация по 100+ категориям: от Мотоциклов до Кулинарии, от Хентая до Политики и многое другое! •Религиозность •Пристрастия к алкоголю и курению
Контактная информация	•Ссылки на аккаунты в соц. сетях (Вконтакте, Одноклассники, Facebook, Мой Мир, Twitter, Instagram) •Дополнительные телефонные номера •Skype •E-mail адреса
Поведение в интернете	•Охват аудитории и статистика интернет-активности •Отношение к приватности и безопасности •Посещение сайтов в разрезе тематик •Использование мобильных устройств и их тип

Персонализация и сегментация данных

Имя и Дата Рождения	Обращайтесь к клиентам всегда по имени, поздравляйте их с днем рождения и делайте эксклюзивные предложения.
Пол	Применяйте углублённую сегментацию, предлагайте группы товаров по гендерной принадлежности. Поздравляйте с 8 марта и 23 февраля.
Семейное положение и наличие детей	Поздравляйте отцов и матерей с их праздниками, увеличивайте кросс продажи за счёт знания о детях и вторых половинах ваших клиентов.
Уровень дохода клиента	Формируйте целевые группы товаров для ваших клиентов , исходя из их финансового состояния.
Мобильное устройство	Предлагайте клиентам целевые товары/аксессуары, узнайте кто пользуется iPhone, iPod или др. мобильными устройствами.
Интересы	Предлагайте товары исходя из интересов, увлечений клиента: компьютерные игры, спорт, кулинария, фотосъемка, автомобили и многое другое.
Ссылки на аккаунты в соц. сетях	Будьте ближе к своим клиентам, начните общаться с ними через социальные сети.

Сегментация данных (без DMP)

Возможности DMP необходимы для того, чтобы наиболее точно сегментировать аудиторию.

Пример: категория «Авто»

Иногда мало знать, какой класс предпочтителен тому или иному человеку. Благодаря DMP, появляется возможность уточнить более важные детали, например, марку авто или другие факторы, влияющие на его поведение.

По такому же принципу появляется возможность сегментирования данных в других областях.

id	АВТО		
	Эконом	Комфорт	Бизнес
#****	☒	☐	☐
#****	☐	☒	☐
#****	☐	☒	☐
#****	☐	☐	☒
#****	☒	☐	☐
#****	☐	☐	☒
#****	☐	☒	☐
#****	☒	☐	☐

Сегментация

[illegible]

Основные бизнес-направления для DMP Datacon



Недвижимость



Авто



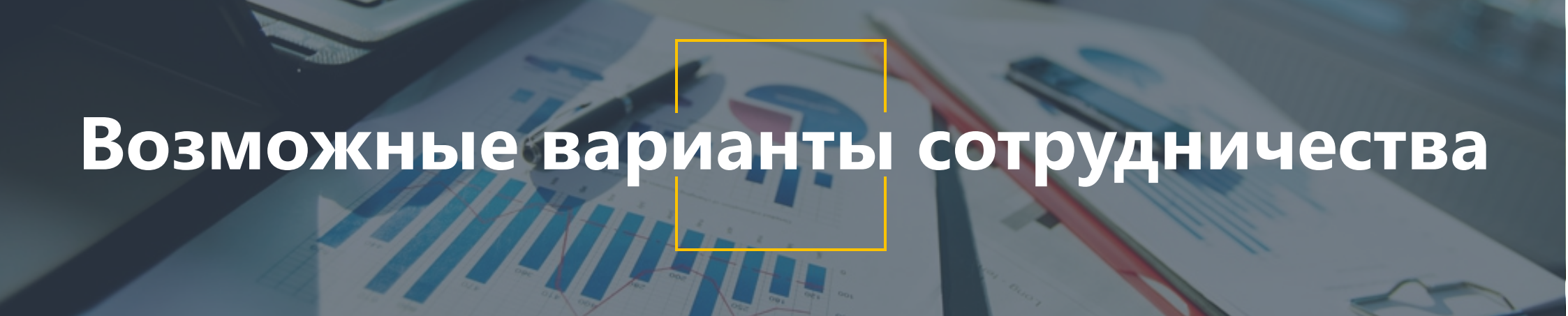
Медицина



Retail



Финансы



Возможные варианты сотрудничества

Подготовка сегментов для сторонних DSP и рекламным агентствам

- Продажа интегрированных профилей на базе связок cookies – phone для показа рекламы в интернете.

Обогащение CRM данных

- Обогащение данных CRM заказчика и продажа профилей в разрезе собственной таксономии.



DATACON

+7 (495) 419 95 83

datacon.ru

info@datacon.ru