

## **Конференция компании «ПЕТЕP-СЕРВИС» для руководителей "BIG DATA и DPI-технологии для вашего бизнеса"**

6 февраля 2014 г. состоялась конференция компании «ПЕТЕP-СЕРВИС» для руководителей "BIG DATA и DPI-технологии для вашего бизнеса" в уютном отеле Sokos Olympia Garden в историческом центре Петербурга.

В конференции приняли участие более 60 делегатов: руководители коммерческих, маркетинговых и IT-служб, представители операторов связи, банков, крупных торговых сетей.

Специалисты «ПЕТЕP-СЕРВИС» проинформировали слушателей о новейших разработках в области сбора, накопления и управления данными о клиентах, а также способах монетизировать эту информацию.

Конференцию открыл Директор по развитию бизнеса компании «ПЕТЕP-СЕРВИС» Алексей Киреев. В своем вступительном слове он подчеркнул актуальность поднятой темы, отметив, что рынок Big Data стремительно растет и уже к 2016 году достигнет \$53 млрд. По его словам, излагаемые на конференции концепции «открывают широкие возможности освоения новых сегментов приложения бизнеса, продвижения продуктов и услуг, а также предсказания экономических тенденций и социальных трендов».

В ходе конференции директор по разработке программного обеспечения ЗАО «ПЕТЕP-СЕРВИС» Валерий Сысик подробно рассказал о том, какую полезную информацию можно вычленить, анализируя цифровые следы абонентов. «Мы предлагаем рынку продукт, который позволяет накапливать информацию о поведенческой потребительской активности. Наша идея состоит в том, чтобы стать посредником между оператором связи и клиентом, создав специальный сервис, благодаря которому любой предприниматель мог бы вычленивать свою целевую аудиторию с помощью ключевых слов, географической привязки и т.д».

Руководитель отдела маркетинга компании Aori Максим Самойленко рассказал о преимуществах Big Data именно в области маркетинга, в частности в RTB. В начале выступления он еще раз упомянул, что вокруг нас - целые терабайты информации, с помощью которой можно таргетировать рекламу. А социальные сети несут в себе две огромные возможности: выделение лидеров мнений и формирование предложений на основании поведения пользователя. Далее Максим напомнил о том, как именно работает RTB и подчеркнул, что важная особенность такой разновидности рекламы - в том, что пользователь получает ту информацию, которую хочет получить.

О применении технологий DPI рассказал руководитель направления «Управление трафиком и широкополосные сети» НТЦ ПРОТЕЙ Юрий Сенченко. В частности, в его выступлении шла речь о применении системы DPI в сетях мобильного и фиксированного ШПД.

Главный эксперт Лаборатории разработки компании «ПЕТЕP-СЕРВИС» Виталий Тихонюк начал свое выступление с увлекательной истории о собственном походе в магазин, из которой следовало, что самая лучшая реклама - это та, которая заставила клиента потратить больше денег, но не вызвала ощущения навязанности и чувства слежения. Рекламное предложение, по словам спикера, должно удовлетворять интересы потребителя и быть сделанным в нужный момент. Так, по информации международных аналитиков, к 2016 году компании, которые используют большие данные, получают отклик в районе 70%, тогда как конверсия массовой смс-рассылки сегодня составляет всего 1-2 %.

*О том, как извлечь полезные цифровые следы из DPI, рассказал ведущий аналитик Лаборатории разработки «ПЕТЕР-СЕРВИС» Михаил Назаргулов. Первый полезный след, по словам Михаила, - это GPS-координаты. Например, приложение Яндекс-Навигатор сегодня очень популярно и поэтому содержит массу возможностей по определению GPS-положения пользователя. Второй вариант определения координат - это запросы о текущем местоположении браузера. Что касается юридического аспекта, то в большинстве случаев нам вовсе не обязательно обращаться к персоне. Чаще всего необходимы только статистические данные, не относящиеся к конкретному человеку.*

*Компанию J'son & Partners Consulting представил с докладом на тему: «Как распознать и применить большие данные в бизнесе? Обзор мирового и отечественного опыта». Исмаил Белов, Руководитель направления ИТ и инноваций,*

*По окончании конференции все участники смогли пообщаться в неформальной обстановке, где каждый мог поделиться впечатлениями и обсудить вопросы о сотрудничестве.*