

big data چیست؟

کلان داده چیست؟ big data به معنای میزان عظیمی داده‌های ساختار بندی شده و نشده است که این پتانسیل را دارد که به شرکت‌ها کمک کند تا عملیات‌های خود را، بهبود بخشیده و تصمیمات سریعتر و هوشمندانه‌تری اتخاذ نمایند. تعداد این داده‌ها به قدری است که پردازش آنها به وسیله دیتابیس‌های سنتی و نرم افزارهای موجود، دشوار بود.

در اکثر سازمان‌ها میزان داده‌ها خیلی بزرگ است یا با سرعت زیادی حرکت می‌کند و ظرفیت پردازش فعلی سازمان‌ها را، رد کرده است. در کنار این مشکلات بیگ دیتا پتانسیل این را دارد که به شرکت‌ها کمک کند تا عملیات‌های خود را، بهبود بخشیده و تصمیمات سریعتر و هوشمندانه‌تری اتخاذ نمایند.

ویژگی‌های بیگ دیتا چیست؟

بیگ دیتا با سه ویژگی اصلی شناخته می‌شود:

۱. حجم

۲. سرعت

۳. تنوع

این ویژگی‌ها تنها مربوط به داده‌ها نیست. بلکه به فناوری ذخیره سازی و پردازش این اطلاعات نیز اطلاق می‌شود. این فناوری شامل ابزارها و فرایندهایی است که می‌بایست داده‌های بی ساختار خیلی بزرگ را، فراخوانی نمایند. حجم داده‌ها در بررسی بیگ دیتا دارای اهمیت است زیرا داده‌های آن شامل انواع داده‌های اشتباه، پردازش نشده، صحیح، پردازش شده و... خواهند بود. سرعت دریافت اطلاعات با توجه به همزمانی استفاده از اینترنت و ذخیره داده‌ها، بسیار بالا است. تنوع داده‌های بیگ دیتا بسیار بالاست، زیرا شامل بازه‌ی بزرگی از انواع داده مانند صدا، تصویر، متن، فیلم و... هستند.

کاربرد بیگ دیتا

اطلاعات بیگ دیتا برای انواع فعالیت‌های تجاری، بازاریابی، تجزیه و تحلیل بازار و... کاربرد دارند. شرکت‌ها از این اطلاعات جمع شده بر روی سیستم‌های خود جهت بهبود عملیات‌ها، ارائه خدمات پس از فروش مناسب‌تر، کمپین‌های تبلیغاتی اختصاصی‌تر و افزایش سوددهی، استفاده می‌کنند. شرکت‌هایی که از بیگ دیتا استفاده می‌کنند از مزیت رقابتی بهتری به نسبت شرکت‌هایی که نمی‌کنند، برخوردار هستند. این مزیت رقابتی به این دلیل

ایجاد می‌شود که، آنها می‌توانند تصمیم‌های درست‌تر و سریع‌تری براساس اطلاعات جمع‌آوری شده، اتخاذ نمایند.

کاربرد بزرگ دیتا در ایران تقریباً در تمام صنایع قابل مشاهده است. در حال حاضر صنایع انرژی، غذا و پزشکی از آن جهت بهبود سلامت و کیفیت زندگی جامعه، استفاده می‌کنند. به عنوان مثال در صنعت پزشکی توسط دکترها برای شناسایی ریسک فکتور بیماری‌ها استفاده می‌شود که در نتیجه به آنها کمک می‌کند تا بیماری‌ها را شناخته و برای هر بیمار، راهکار مناسبی را تجویز نمایند. همچنین این اطلاعات با ذخیره سازی در سیستم‌های بهداشتی دولت‌ها، آنان را قادر می‌سازد تا در کمترین زمان از شیوع اپیدمی‌ها باخبر شده و سریعاً تصمیم‌های مناسبی را بگیرند.



تأثیر بزرگ دیتا در دیجیتال مارکتینگ

امروزه، تصمیمات هم‌بازاریابی نیازمند داده‌های بزرگ است. داده‌های پیچیده و ارقام بزرگ نیز با برنامه‌های سنتی قابل پردازش نبوده و نیاز به فناوری مناسب دارند. از جمله تأثیرات بزرگ دیتا در دیجیتال مارکتینگ می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

کمپین‌های موفق‌تر: کمپین‌هایی که از داده‌های بیشتری استفاده می‌کنند، موفق‌تر خواهند بود. در این کمپین‌ها به جای حدس و گمان، رفتار مشتریان و الگوی خرید آن‌ها به درستی پیش‌بینی و عملی می‌شود.

تصمیم گیری بهتر برای قیمت گذاری: داده‌های بیشتر با صرفه جویی در وقت، و استفاده از فاکتورهای زیادی مانند قیمت رقبا، وضعیت معاملات آنها، میزان تقاضا و... راهکار مناسب تری برای قیمت گذاری به شما ارائه خواهند داد.

ایجاد محتوای مناسب وب: با در اختیار داشتن داده‌های بزرگ و موثر، شما می‌توانید محتوای وب سایت خود را بر اساس علایق مخاطبین مورد نظر خود ایجاد نمایید.