

1. Bonduelle marketing misoli - Muhim biznes qarorlarini qabul qilish uchun ma'lumotlar bazasini yaratish.

Oziq-ovqat sanoatidagi yirik frantsuz brendi Bonduelle o'zining onlayn brend strategiyasini optimallashtirishda edi. Har kuni 100 dan ortiq mamlakatlarni muzlatilgan va konservalangan sabzavotlar bilan ta'minlashga ixtisoslashgan kompaniya o'zining barcha iste'molchilar ma'lumotlarini butun kompaniya bo'ylab ta'minlashni boshladi.



4-rasm. Bonduelledagi ma'lumotlar bazasi.

Har bir bo'lim boshqa jamoalar bilan ma'lumot almashish uchun platformasiz o'z ma'lumotlarini to'plash va ularni sharhlash edi. Bu umumiy masala. Ijtimoiy razvedka holati hisoboti shuni ko'rsatadiki, tashkilotlarning 31 foizi o'z jamoalariga ijtimoiy ma'lumotlarga cheklangan kirishni taklif qilishadi.

Muhim ma'lumotlar jamoaning kompyuter papkasining qorong'i tubida yashiringan edi - qo'shimcha imtiyozlarni aniqlash uchun bo'limlarda ishlatib bo'lmaydi.

Ijtimoiy tinglash ushbu ma'lumotlar devorlarini yiqitish uchun kalit edi. U onlayn, ijtimoiy tarmoqlar va an'anaviy matbuot ma'lumotlarini bir platformada birlashtirdi. Bonduelle-ga o'z mahsulotlari yoki xizmatlari bilan bir qatorda muhokama qilinadigan mavzularni, brend bilan bog'liq tasvirlarni, yuqori samarali ta'sir o'tkazuvchilarni va brend

obro'sini salbiy sharhlardan qanday himoya qilishni topishga ruxsat berish imkonini berdi.

Axborot va ma'lumotlar taqdim etuvchi platformalar brendga o'z boshqaruv panelini yaratish va ma'lumotlarga kim kirishini tanlash imkoniyatini beruvchi mukammal yechimni taklif qildi.

- ✓ Hisobotdagi ma'lumotlarning yetuklik shkalasi asosida aniqlangan joylashuv
- ✓ Ma'lumotlarning yetukligi nuqtai nazaridan uning taraqqiyotini aniqladi
- ✓ Ma'lumotlarni miqyosda qayta ishlash uchun zarur tizimlar va guruhlar yaratildi
- ✓ Rivojlanayotganda ma'lumotlarning qiymatini oshirish uchun bosh ma'lumotlar xodimi rolini kiritdi