Sběr dat a jejich následný prodej

# Sběr dat

Sběr dat z mobilních zařízení (telefony, tablety) skýtá obrovský informační potenciál o jedné osobě. Nevýhodou však je, že tyto detailní informace by se měly nějak zabstraktnit, aby se daly využít pro účely prodeje dat. Naším směrem bude data využívat „zobecněná“, k prodeji obchodním řetězcům atd.

Data nebudeme využívat k prodeji soukromým osobám, které mají zájem o data jen jedné konkrétní osoby, tento způsob by napomáhal zlodějům, možnosti sledování daných osob a stalkingu. Tento způsob prodeje se nám zdá neetický, tudíž ho nebudeme ve firmě podporovat

# Prodej dat

Od sběru dat do jejich prodeje vede dlouhá cesta, protože je nutno všechny data zpracovat a přeměnit je ve smysluplné informace, které od nás někdo koupí. Analýza dat z jednotlivých mobilních zařízení může být ztížená z toho důvodu, že je mnoho typů telefonů i jejich operačních systémů. Počáteční investice na dolování dat bude tedy vyšší.

Navíc není úplně jisté, zda nějaké informace z mobilních telefonů získáme, protože může existovat velmi široká škála osob a zobecnění informací o nich a jejich zařazení do celků bude prakticky nemožné. Z menších českých firem prodává data například Bisnode (<http://www.bisnode.cz/>), která je zaměřena zejména na manažery velkých českých firem. Takovouto databázi rozhodně nemůžeme vytvořit pouze z dat v mobilních telefonech, ale když zjistíme podrobné informace o určitém manažerovi, můžeme jej této firmě prodat.

# Názor na budoucnost

Z důvodu vysoké počáteční investice do dolování dat a nejistému vzorku osob doporučuji zabývat se výzkumem dat až ve velmi pokročilé fázi fungování naší firmy, kdy bude nutné pozměnit trochu vizi naší firmy.

# SWOT analýza

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Interní faktory | Silné stránky | Slabé stránky |
| * informace jsou velmi cenným zbožím * získáme informace zcela „zdarma“ | * nově vznikající záměr ve světě obrovské konkurence – např. Google * nemáme tak širokou škálu informací k dispozici (v mobilním telefonu mohou být jen omezené přístupy do ostatních systémů * nutná vyšší počáteční investice |
| Externí faktory | Příležitosti | Hrozby |
| * moderní trendy v technologiích * nástup “informační společnosti” | * nepříznivé legislativní změny * restrikce prodeje informací * nepříznivé získané informace – příliš široké spektrum osob |