

كيف ستساعد تقنيات البيانات الضخمة شركتك في التسويق



لكل عصر ثروته التي لا ينافسها شيء قديما كان الذهب والفضة أثمن شيء ثم أتى البترول ليغير القاعدة والآن أثمن شيء في العالم هي البيانات , لربما تابعت منذ قريب فضيحة تسريب البيانات الخاصة بالمستخدمين في فيس بوك بالولايات المتحدة الأمريكية وكيف أثر ذلك علي الانتخابات .

يكفي أن تعرف أن شركة فيس بوك خسرت في أسبوعين 125 مليار دولار وهذا أكثر من ربع قيمتها السوقية نتيجة لتلك التسريبات وظهرها للعلن.

ما بين العام 2013 إلي العام 2016 تولدت 90 % من المعلومات التي تم تدوينها خلال التاريخ الإنساني وبناءا عليه تظهر قوة البيانات في اتخاذ القرارات الخاصة بالشركات والدول.

وكذلك هي أقصر طريق لك لعمل حملة تسويقية ناجحة وإن استطعت أن تجد الشركة التي تملك بيانات ضخمة يمكنك من عمل حملة تسويقية ناجحة فتأكد أن تكون تلك الشركة اختيارك الأول. ويمكننا رؤية تطبيق واضحة وفعالة لعلم البيانات في أعمال الشركات حيث يتم تحليل البيانات واتخاذ القرارات بناءا علي ما تم الوصول إليه من البيانات بدلا من الاعتماد الكلي فقط علي خبرة المدراء و غريزتهم التجارية والتي بطبيعة الحال يمكن أن تكون خاطئة للغاية وتؤدي لقرارات كارثية مثل شركة نوكيا .

ما يعرف بتقنيات تعليم الآلة أو ال machine learning-

هي تقنية ثورية لتحليل البيانات الضخمة , حيث تقوم الخوارزمية بإخراج معلومات من البيانات لم يكن متاحا علي الإطلاق استخراجها بالطرق العادية للتحليل الكمي وتقوم بعمل توصيات وتتنبأ بدقة للغاية بسلوك السوق واتجاهات السوق ومعدلات النمو سواء جغرافيا أو بشريا وباختلاف طبيعة المستخدمين من كافة الجوانب .

واليك ما يمكن أن تساعدك بها تقنية البيانات الضخمة في حملتك التسويقية:-

1- تسهيل تقسيم السوق :

قم بسؤال أي شخص يعمل في التسويق ما هو العبء الأكبر الذي يواجهك في بداية التسويق لمنتج ما , بدون تردد سيخبرك دائما أن تحديد الشريحة المستهدفة هي أكبر مشكلة تواجهه وذلك لأنه يتم بناء كل شئ في الحملة التسويقية علي أساس الشريحة المستهدفة. وفي حال اختيارك شريحة مستهدفة غير دقيقة سيؤدي ذلك إلي أخطاء متتالية لن تستطيع التعامل معها وربما تؤدي بشكل قطعي إلي ضعف نجاح حملتك التسويقية أو فشلها تماما , وعزوف كبير من المستخدمين عن منتجك. علي سبيل المجال أحد الشركات العاملة في السوق الأمريكية تدعي اوربيز قامت باستخدام خوارزمية ذكاء اصطناعي لتحديد الشريحة المستهدفة لها , من بين البيانات الجانبية التي أخرجتها الخوارزمية من تحليل البيانات الضخمة أن مستخدمين أجهز ماك من أبل علي استعداد لدفع مصاريف فندقية أكثر من مستخدمين ويندوز ب 30 % , واستخدمت الشركة هذه المعلومة في مشروع جديد تماما .

2- الوصول لرغبات المستخدمين بشكل أسهل:

كثير من الشركات تستخدم المعلومات التي تحصل عليها في تحديد سلوك المستخدمين , وبناءا عليه تستطيع بدقة التنبؤ بخطوتك القادمة كمستخدم وبناءا عليه ترشح لك سلعة معينة. مثل اقتراحات البضائع من أمازون والتي تؤدي بنسبة كبيرة لشرائك سلع لم تكن ترغب في شرائها نتيجة لأن الموقع تنبأ بدقة بسلوكك وخطوتك القادمة.

3- تنبؤ لا نهائي برد فعل السوق علي استراتيجية معينة :

بعد الحصول علي معلومات باستخدام تقنية البيانات الضخمة ستقوم باستخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي لتنبؤ بحجم السوق في المستقبل واتجاهات النمو , أي الأماكن ستنمو بمعدل أسرع وأقوي من مثيلاتها . قد استخدمت شركة نتفلكس هذه التقنية في صناعة المحتوى الترفيهي والنتيجة نجاح ساحق أكثر من أي شركة صناعة محتوى ترفيهي في العالم , لأن نتفلكس علمت الرغبة الحقيقية للمستخدمين والمحتوي الذي سيجذبهم بشكل أكبر وبناءا علي ذلك قامت بإنتاج هذه الأعمال . البيانات هي كنز المستقبل هي الثروة القادمة من يحسن استخدامها سيصنع ثروة طائلة , ومن يتخلف عن استخدامها فسيصبح جزءا من الماضي فقط.