

Memilih dan memperoleh data yang berkaitan dengan pengunjung dari suatu website e-commerce

- ❖ Apa saja jenis data yang dapat diperoleh terkait pengunjung website
 - Barang yang pernah dibeli yang benar-benar mendatangkan uang bagi perusahaan.
 - Barang yang dimasukkan ke dalam keranjang belanja tapi tidak jadi dibeli.
 - Pricing experiments (A/B Testing) yaitu menawarkan produk sejenis dengan berbagai harga.
 - Packaging experiments (A/B Testing) yaitu menawarkan produk dalam paket tertentu atau menawarkan diskon terhadap produk X apabila pengunjung juga membeli produk Y.
 - Wishlists yaitu sebuah daftar produk yang ingin dimiliki oleh seorang pengguna website e-commerce (akan dibeli nanti ataupun memberi tahu orang lain bahwa ia menginginkan hal tersebut).
 - Refferal site yaitu website yang dikunjungi sebelumnya oleh pengunjung website e-commerce. Misalkan dari website yang berkaitan dengan komputer atau pakaian.
 - Dwell times yaitu seberapa lama user berpikir atau terdiam sebelum akhirnya berpindah melihat ke produk lainnya.
 - Rating yang kita berikan atau orang lain berikan.
 - Informasi demografis seperti lokasi pengiriman, dari sini perusahaan e-commerce dapat memetakan produk yang sedang populer di daerah tersebut.
 - Segmentasi user. Misalkan pengunjung membeli buku dan pakaian bayi selama 3 kali dalam sebulan, kemungkinan besar pengunjung tersebut memiliki bayi.
 - Direct marketing berupa email yang dikirim. Sistem e-commerce dapat mengetahui email mana yang pengunjung klik dan apakah akhirnya pengunjung membeli produk tersebut atau tidak.
 - Produk-produk yang pengunjung lihat walaupun tidak dimasukkan ke dalam keranjang belanja.
 - Berapa kali pengunjung melihat suatu produk sebelum akhirnya membeli produk tersebut.
 - Tweet atau status facebook user dengan keyword tertentu
 - Profil facebook user (umur, status hubungan, lokasi)
- ❖ Berapa lama data pelanggan tersebut cukup berarti untuk disimpan.
- ❖ Legalitas perolehan data
- ❖ Algoritma pengolahan data sehingga menghasilkan rekomendasi yang muncul pada halaman user, misal : Nicolas's Amazon.
- ❖ UML Structure Diagram

Melakukan migrasi layanan dari tidak context aware menjadi context aware

- ❖ Infrastruktur yang dibutuhkan
 - Jumlah pelanggan total dari website e-commerce
 - Jumlah pengunjung yang aktif secara bersamaan
 - Infrastruktur perusahaan yang ada saat ini
 - Infrastruktur perusahaan yang dibutuhkan untuk mengolah data pelanggan (realtime dan harian)
- ❖ Perkiraan modal yang dibutuhkan untuk menerapkan sistem rekomendasi tersebut
- ❖ Potensi keberhasilan (perusahaan marketplace dan perusahaan online shop)

Melakukan operasi penyampaian layanan yang context aware secara efektif dan efisien

- ❖ Pertimbangan dalam menerapkan layanan yang context aware
 - Biaya vs potensi manfaat
 - Pertimbangan jumlah pelanggan dan omset untuk menerapkan sistem yang context aware
- ❖ Memilih antara data yang penting dan data yang tidak penting untuk diolah.

Melakukan evaluasi terhadap keberjalanan pengelolaan layanan yang context-aware

- ❖ Kapan evaluasi sebaiknya dilakukan (berkala atau setiap dilakukan perubahan terkait algoritma).
- ❖ Proses evaluasi :
 - Pelaku evaluasi
 - Target evaluasi
 - Hal yang dievaluasi

+++Disertai contoh sebuah website yang dirancang dan mampu mengolah data dengan memanfaatkan algoritma yang telah dibuat kemudian diujicobakan kepada beberapa responden.