



Analiza danych mobile

Czego możemy dowiedzieć się o Klientach
swoich i konkurencji



Metody zbierania danych

Mobile - wstęp

Dane użytkowników

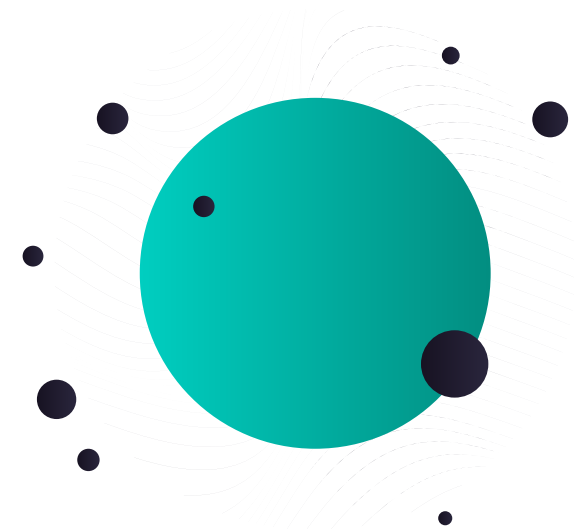
Obszary analiz

Sposób zbierania danych

Zapytania reklamowe

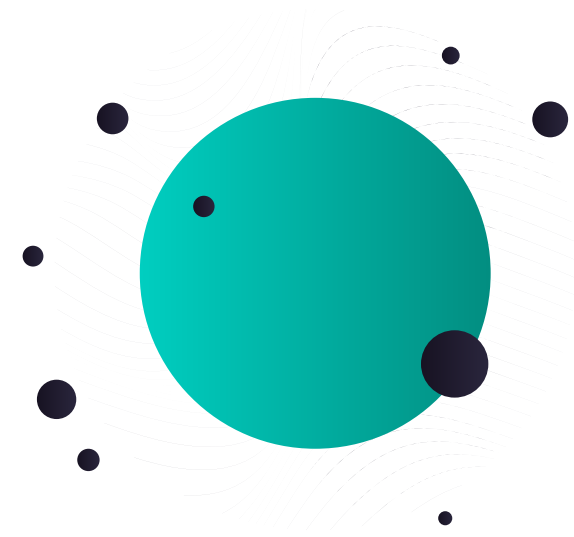
Wifitrapping

Podsumowanie



• Metody zbierania danych **Dzisiaj**

- Badania deklaratywne
 - Ilościowe (np. exit poll, panele CAWI, wywiady bezpośrednie CAPI)
 - Jakościowe (FGI, IDI, etnografia)
- Analiza danych zastanych (desk research)
- Pomiar footfall (np. Wifi, kamery)
- Obserwacja konkurencji
- Dane wewnętrzne



Dane mobile - wstęp



Smartfony - najbardziej osobiste urządzenia:

- rzadko się z nimi rozstajemy
- spójrzmy na nasze dzieci
- nomofobia

Forum Ekonomiczne Krynica



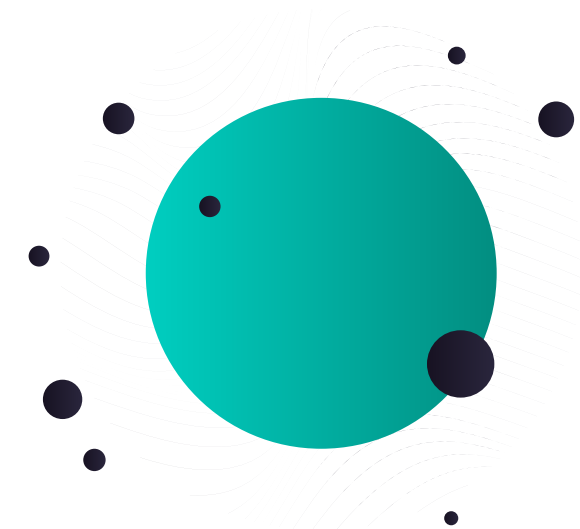
Strony mobilne

Money.pl, pb.pl, wp.pl



Aplikacje

Facebook, Twitter, Candy Crush



• Dane mobile - wstęp

Liczba użytkowników w Polsce



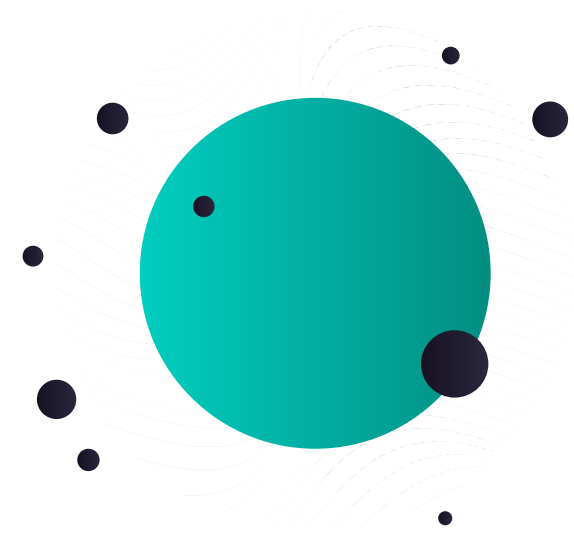
Dzisiaj w Polsce około 20,5 mln (do końca 2020 roku około 22 mln)

2017, GUS: 92% użytkowników w wieku 16-24 lata;

2014 GUS: 7% w wieku 55-64 lata / **2017 GUS:** 29%

2014 GUS: 3% w wieku 65+ / **2017 GUS:** 15%

Perspektywy: dalszy wzrost penetracji, szczególnie wśród osób starszych

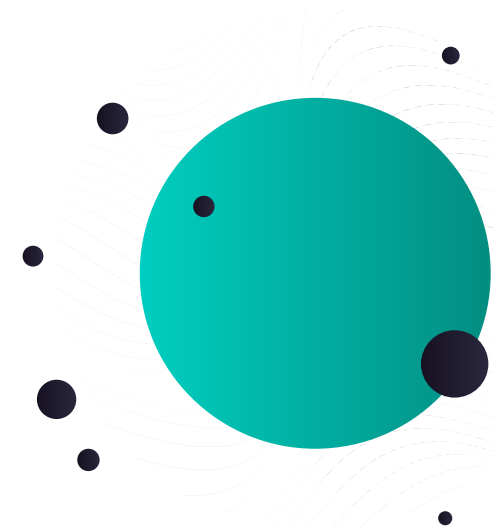


Dane użytkowników



SELECTIVV

- Dane jako waluta
- GPRD/RODO : co się zmieniło
- Świadomość użytkowników:
 - “Ja nie wyraziłem zgody na przekazywanie swoich danych”
 - Analiza 75-80% populacji z wykorzystaniem technologii Wifitrapping
 - Około 20% zmieniających numery GAID/IDFA w USA



Sposób zbierania danych Jak można zbierać dane?

Integrujemy kilkanaście sieci reklamowych, dzięki czemu otrzymujemy informacje z ponad 200 000 aplikacji i ponad 15 000 000 stron mobilnych.

Jakie informacje otrzymujemy w przypadku zapytań reklamowych:



Lokalizacja

(punkt/ulica/miasto/region/kraj)



Czas

(dzień/noc/określone godziny emisji)



Aplikacje

(nazwa i kategoria aplikacji)



Urządzenie

(smartfon/tablet)



System operacyjny

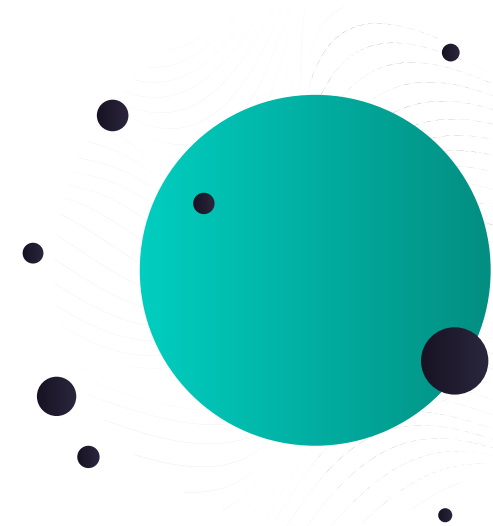
(Android/iOS)



Operator

Sposób łączenia z internetem
(GSM/WiFi)

Inne sposoby pozyskania danych: operatorzy (np. T-mobile), własne aplikacje, wifi.

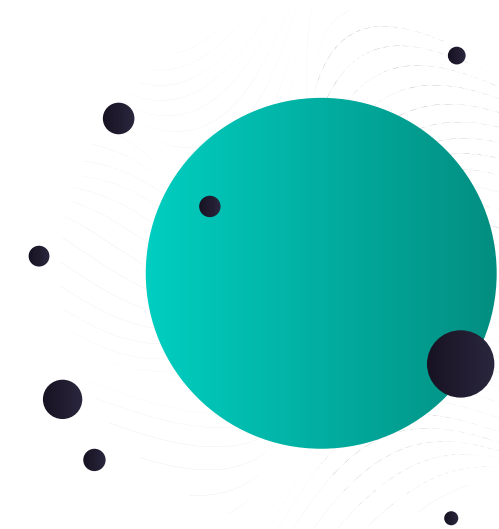


Sposób zbierania danych Wartości analiz

Na podstawie informacji zebranych w naszym DMP i algorytmu, który je przetwarza tworzymy profile behawioralne użytkowników. Dane są gromadzone i aktualizowane w czasie rzeczywistym

Przykłady profili behawioralnych:

- Mężczyzna/Kobieta
- Dowolna grupa wiekowa
- Kobiety w ciąży
- Matki dzieci w wieku 0 - 12 miesięcy
- Rodzice dzieci w wieku 1 - 4 lat
- Rodzice dzieci w wieku 5 - 10 lat
- Rodzice, których dzieci chodzą do przedszkola w G30
- Uczniowie/studenci
- Mniejszości seksualne
- Osoby, które odwiedziły wybraną lokalizację
- Osoby kupujące online
- Osoby zamawiające jedzenie przez urządzenie mobilne
- Osoby uprawiające sport
- Osoby, które były za granicą
- Osoby korzystające z aplikacji do przewozu osób(Uber, MyTaxi, iTaxi)
- Osoby płacące przez smartfon



• Sposób zbierania danych

W jaki sposób wykorzystać profile behawioralne stworzone na podstawie zachowań użytkowników smartfonów i tabletów?

 SELECTIVV

Analiza zachowań w kanale mobile

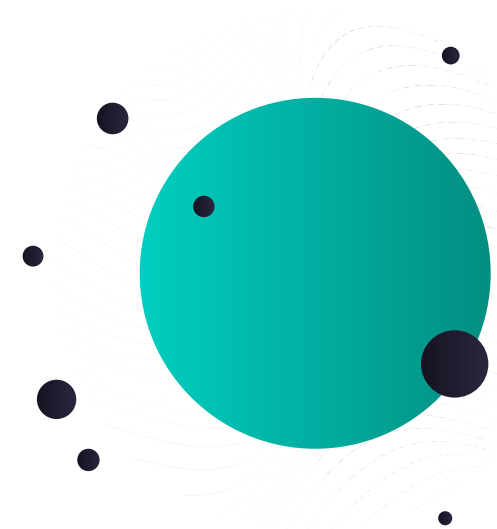
Różnice w profilach:

Uprawiający sport:

Opener: 14%; Forum Ekonomiczne Krynica: 21%; Kibice na ZIO Pjongczang: 21%; Odwiedzający punkty handlowe w niedziele przed wprowadzeniem zakazu handlu: 4%

Zainteresowani zdrowym trybem życia (np. diety):

Opener: 32%; Forum Ekonomiczne Krynica: 29%; Kibice na ZIO Pjongczang: 16%; Odwiedzający punkty handlowe w niedziele przed wprowadzeniem zakazu handlu: 8%



• Sposób zbierania danych

Jak dane z mobile pozwalają określać strefy zamieszkania i pracy klientów danego POI?



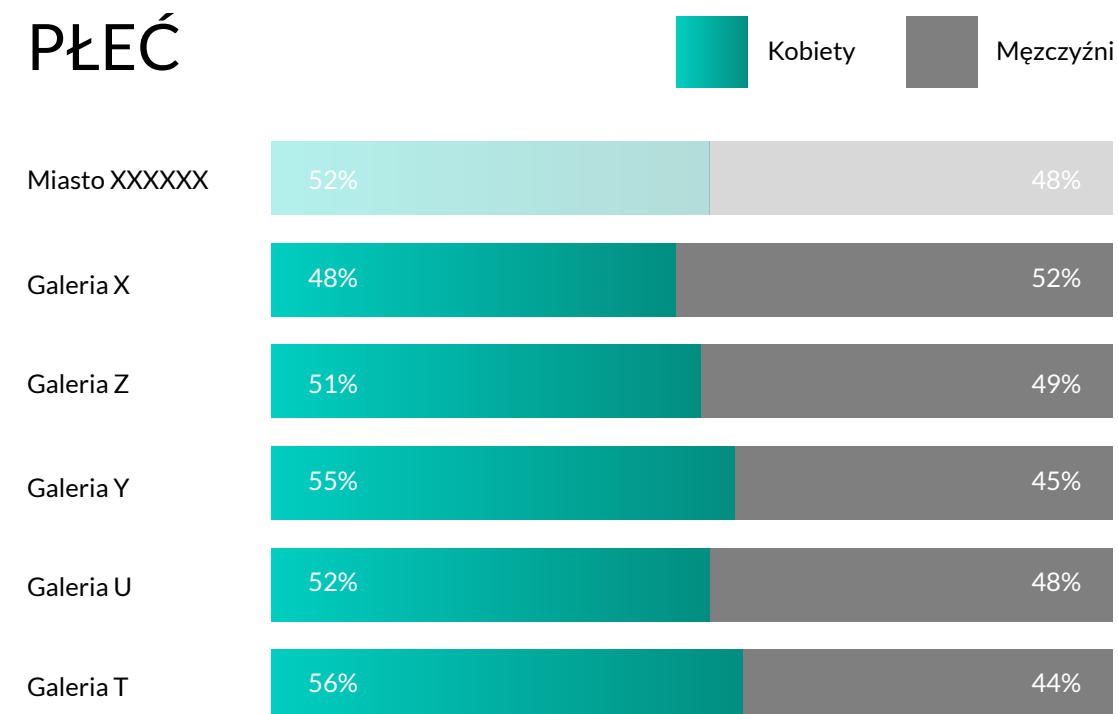
- Location Data - najbardziej wartościowy element bazy danych
- Dokładność GPS i jego ograniczenia
- Wykorzystanie danych lokalizacyjnych

Sposób zbierania danych

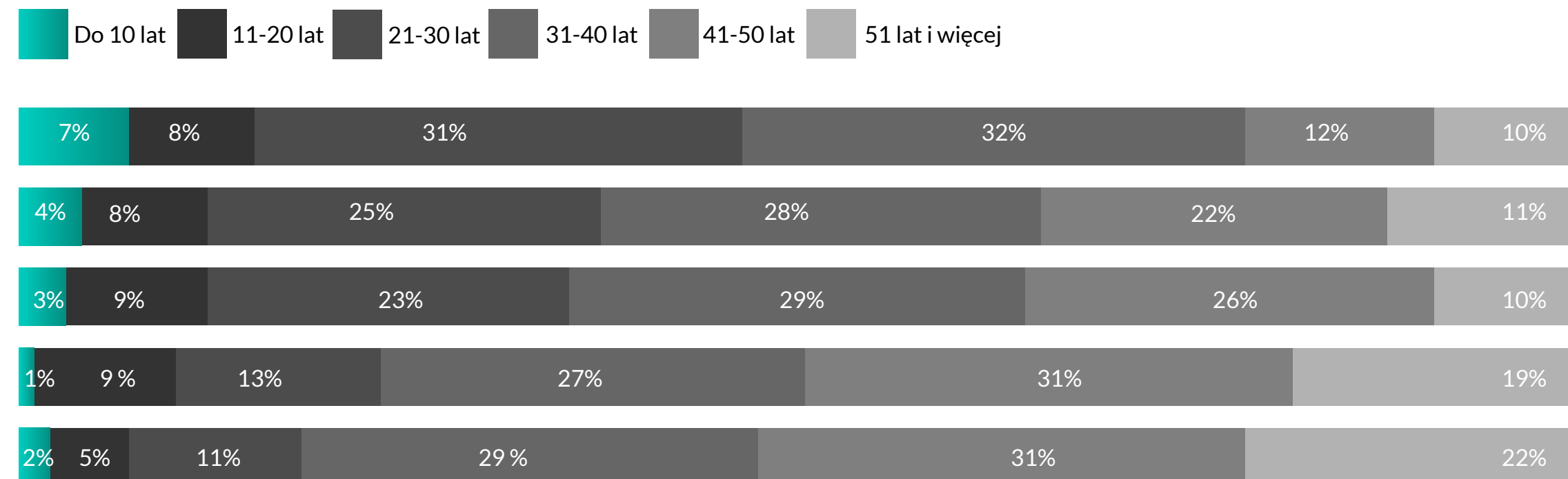
Co urządzenia przenośne mówią o Klientach konkurencji?

Ta sama metoda -
możliwość porówna-
nia wyników

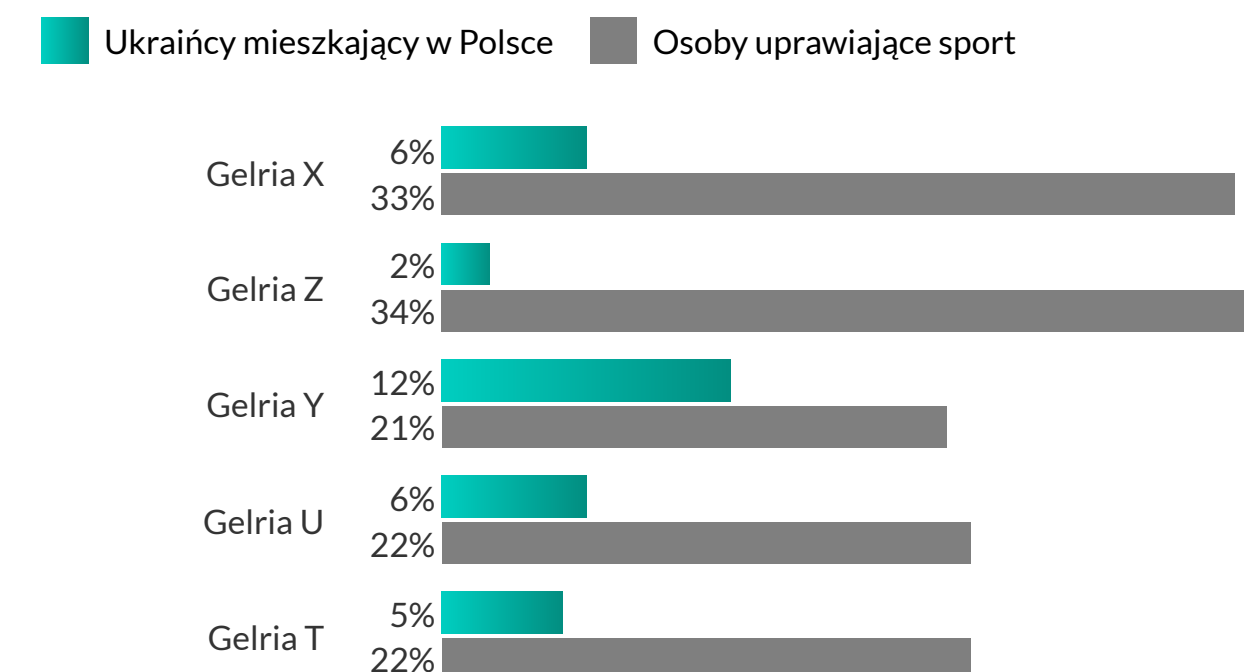
PŁEĆ



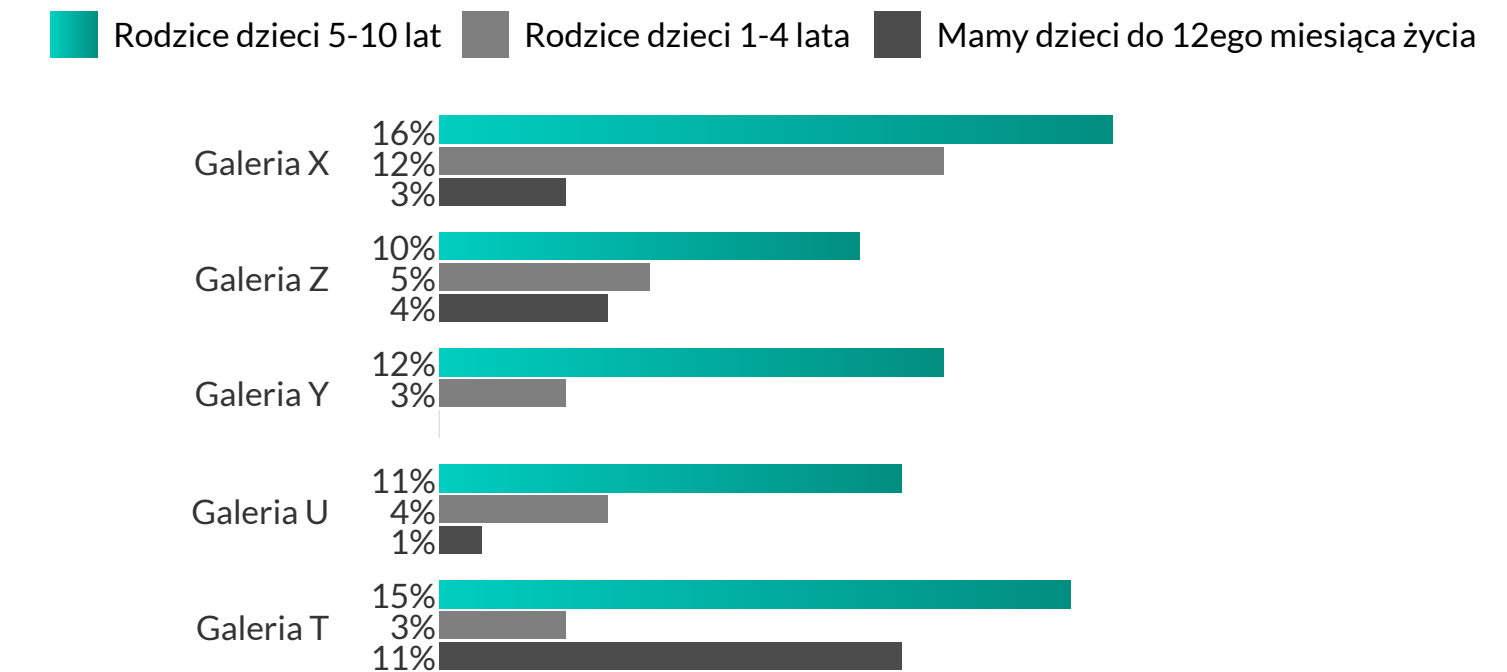
WIEK



PROFILE BEHAVIORLANE - MŁODZI LUDZIE



PROFILE BEHAVIORLANE - RODZINA



Sposób zbierania danych

Czy możemy określić skalę współużytkowania obiektów handlowych?

Należy pamiętać o założeniach do analiz
Współużytkowanie - matrix

	nazwa																					
1			8%	54%	16%	1%	3%	0%	4%	2%	3%	4%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	0%
2		14%		14%	9%	4%	7%	0%	28%	2%	7%	4%	1%	1%	3%	2%	1%	3%	0%	0%	1%	0%
3		56%	8%		14%	1%	3%	0%	4%	1%	3%	4%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	0%	0%	0%	0%
4		31%	9%	25%		1%	5%	0%	6%	2%	4%	7%	2%	1%	1%	2%	1%	2%	0%	0%	1%	0%
5		9%	17%	8%	6%		10%	0%	5%	13%	6%	3%	1%	1%	10%	1%	2%	3%	0%	1%	1%	1%
6		12%	17%	13%	12%	5%		1%	10%	3%	9%	4%	2%	1%	3%	1%	2%	2%	0%	1%	2%	0%
7		9%	8%	9%	13%	2%	11%		2%	2%	2%	6%	0%	4%	4%	2%	2%	6%	0%	11%	8%	0%
8		11%	40%	10%	8%	2%	6%	0%		2%	6%	4%	2%	2%	2%	1%	0%	2%	0%	0%	2%	0%
9		13%	11%	11%	7%	12%	6%	0%	5%		6%	3%	0%	1%	13%	1%	1%	3%	0%	1%	0%	2%
10		14%	19%	12%	10%	3%	10%	0%	11%	4%		4%	2%	1%	3%	1%	1%	2%	0%	1%	0%	1%
11		19%	9%	19%	17%	2%	5%	1%	7%	2%	4%		4%	2%	2%	3%	0%	3%	0%	1%	1%	1%
12		17%	7%	16%	12%	1%	5%	0%	10%	1%	6%	12%		4%	1%	6%	0%	3%	0%	0%	1%	0%
13		14%	7%	12%	11%	3%	6%	1%	12%	2%	3%	6%	5%		1%	9%	1%	4%	0%	0%	1%	1%
14		8%	15%	9%	5%	11%	7%	1%	6%	15%	6%	3%	0%	0%		2%	1%	6%	0%	0%	0%	3%
15		14%	12%	12%	13%	1%	4%	0%	7%	2%	3%	9%	5%	6%	2%		0%	6%	0%	1%	2%	0%
16		11%	20%	11%	9%	6%	13%	1%	6%	4%	9%	2%	0%	1%	2%	1%		0%	0%	0%	2%	0%
17		11%	15%	10%	9%	4%	6%	1%	6%	4%	4%	6%	2%	2%	7%	6%	0%		0%	3%	1%	2%
18		0%	0%	0%	13%	0%	0%	0%	0%	13%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	13%		0%	0%	38%
19		6%	6%	7%	6%	6%	11%	11%	4%	6%	7%	6%	0%	0%	2%	4%	0%	15%	0%		4%	2%
20		7%	11%	10%	13%	3%	12%	4%	18%	0%	2%	5%	1%	2%	0%	4%	2%	2%	0%	2%		0%
21		5%	5%	5%	2%	5%	0%	0%	2%	15%	0%	7%	0%	2%	15%	0%	0%	11%	5%	2%	0%	18%
22		5%	6%	5%	5%	6%	5%	0%	5%	18%	6%	5%	0%	2%	8%	2%	0%	3%	3%	0%	0%	16%

Sposób zbierania danych

Czy i jak możemy cofnąć się w czasie?

- Przechowywanie danych
- Ciągłe uzupełniania baza
- Analizy już zebranych danych

OSOBY, KTÓRE REGULARNIE UŻYWAJĄ APLIKACJI SPORTOWYCH/DIETOWYCH



O danych: Liczba użytkowników smartfonów i tabletów z Polski, którzy uruchomili aplikacje prozdrowotne co najmniej trzykrotnie w ciągu miesiąca. Dane pochodzą z 31 aplikacji, m. in.: Endomondo, MyFitnessPal, Runtastic, FitnesKeeper, RunKeeper, Licznik Kalorii, TotalFitness, Men's Fitness, Female Fitness, Body Builder, Muscule Builder, Odchudzanie, SportsTracker, DietTracker.

OSOBY, KTÓRE REGULARNIE UŻYWAJĄ APLIKACJI PROZDROWOTNYCH

KOBIETY VS. MĘŻCZYŹNI

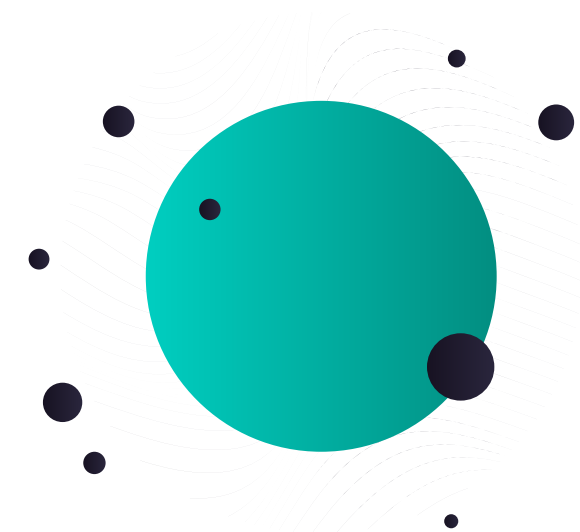


O danych: Liczba użytkowników smartfonów i tabletów z Polski, którzy uruchomili aplikacje prozdrowotne co najmniej trzykrotnie w ciągu miesiąca. Dane pochodzą z 31 aplikacji, m. in.: Endomondo, MyFitnessPal, Runtastic, FitnesKeeper, RunKeeper, Licznik Kalorii, TotalFitness, Men's Fitness, Female Fitness, Body Builder, Muscule Builder, Odchudzanie, SportsTracker, DietTracker.

PROCENT UŻYTKOWNIKÓW ANDROIDA VS. IOS UŻYWAJĄCYCH APLIKACJI PROZDROWOTNYCH



O danych: Liczba użytkowników smartfonów i tabletów z Polski, którzy uruchomili aplikacje prozdrowotne co najmniej trzykrotnie w ciągu miesiąca. Dane pochodzą z 31 aplikacji, m. in.: Endomondo, MyFitnessPal, Runtastic, FitnesKeeper, RunKeeper, Licznik Kalorii, TotalFitness, Men's Fitness, Female Fitness, Body Builder, Muscule Builder, Odchudzanie, SportsTracker, DietTracker.



Sposób zbierania danych

Czy i jak możemy cofnąć się w czasie?



SELECTIVV

SELECTIVV

Login

Login

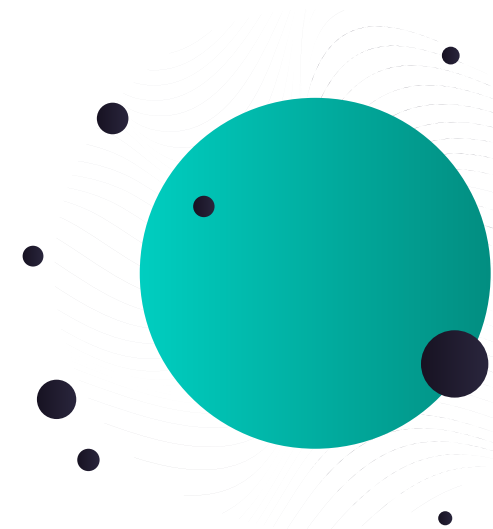
E-Mail

Password

[Forgot Your Password?](#)

Login

Przejdź >>



Sposób zbierania danych **Wifitrapping**

Technologia zbierania danych

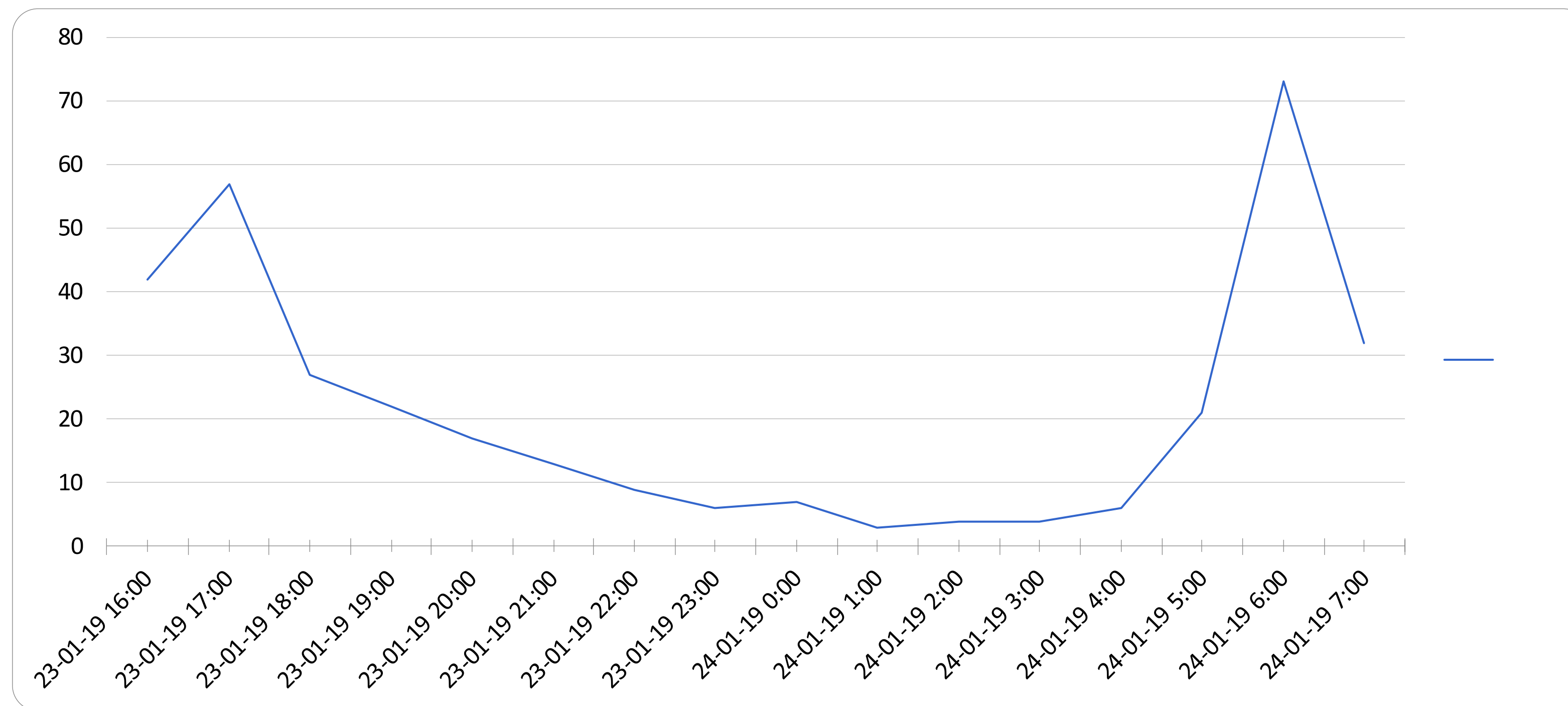
Obszary wykorzystania

- analiza liczby odwiedzających
- sposoby dotarcia do centrum handlowego
- średni czas spędzony w analizowanej lokalizacji
- ścieżki poruszania i mapy ciepła
- profile demograficzne i behawioralne

Sposób zbierania danych

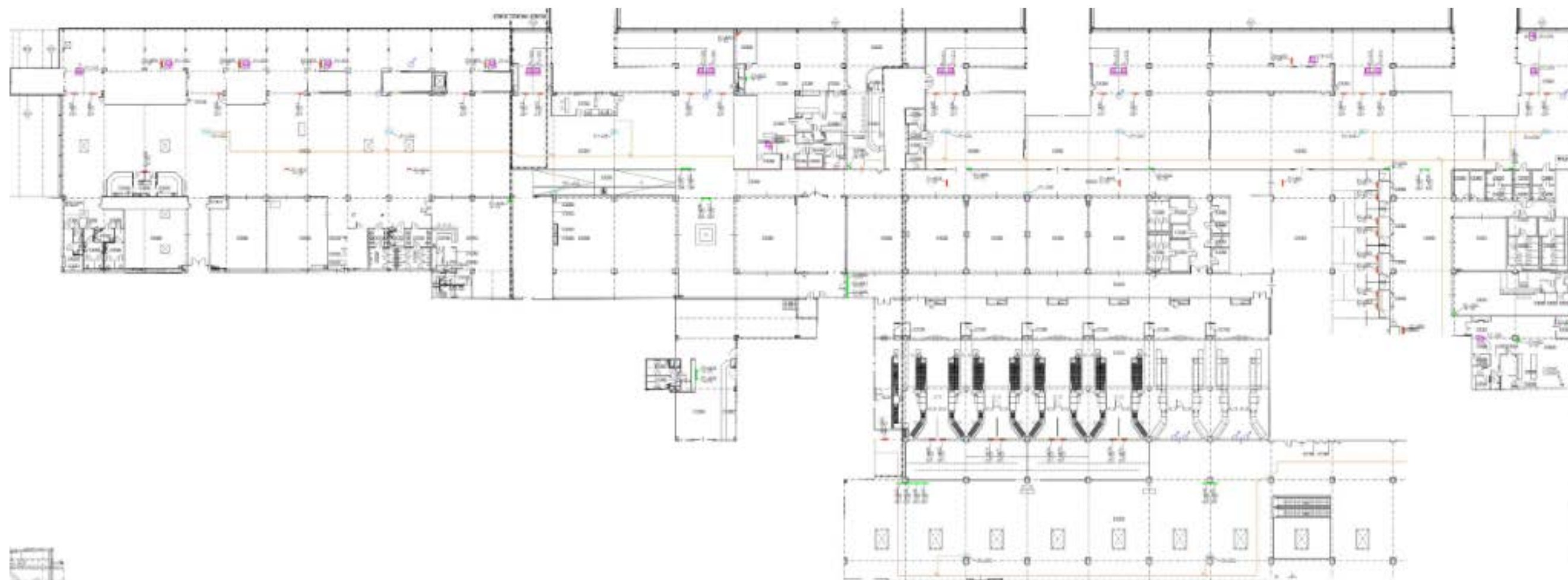
Jak smartfony pozwalają określać dynamikę zmian odwiedzin Klientów w lokalizacjach handlowych?

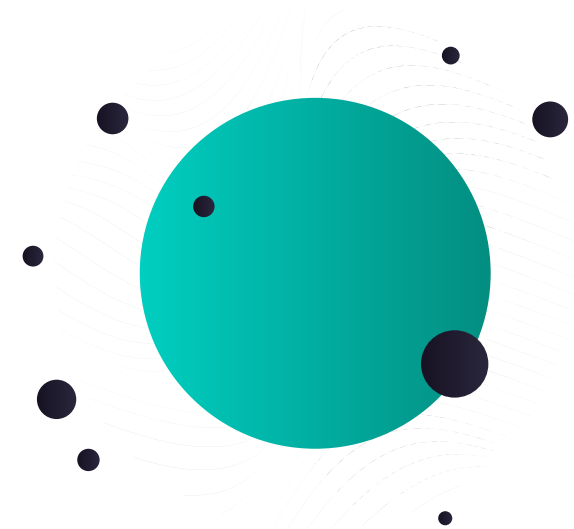
Zmiany natężenia ruchu



- Sposób zbierania danych
- Jak mierzyć ścieżki poruszania się i długość wizyty Klienta w obiekcie handlowym?

Stopień szczegółowości analiz zależy od liczby zainstalowanych urządzeń





Sposób zbierania danych

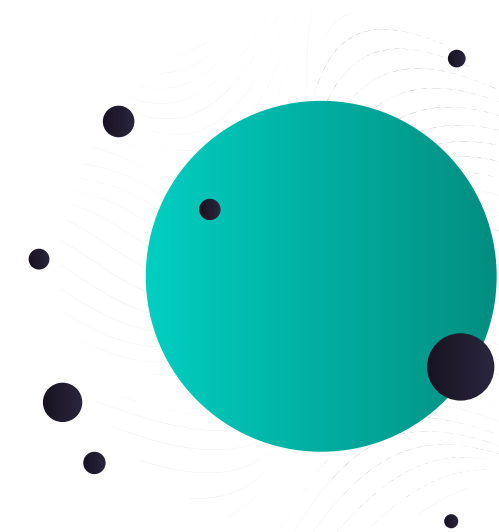
Aplikacje

**Własna aplikacja jako źródło informacji
o Klientach**

Czy warto pozyskiwać numer GAID



 SELECTIVV



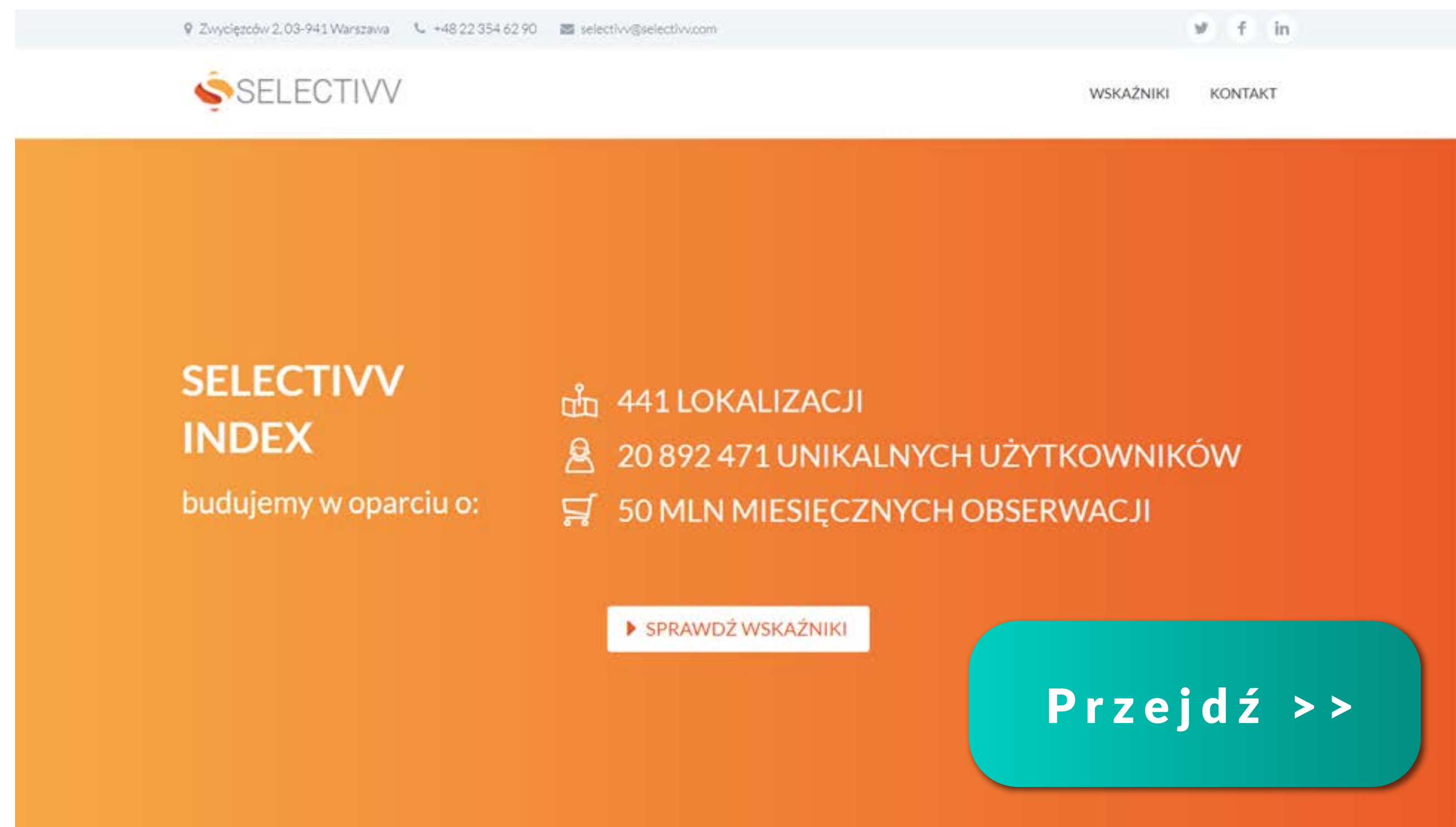
- Sposób zbierania danych
- O czym warto pamiętać analizując dane mobile?

Mobile dzisiaj to jeszcze nie wszyscy, ale jutro ...

“Jedno źródło danych to brak źródła” katedra statystyki UE Poznań

Zaleta w postaci ciągłości pomiarów i benchmarku

 SELECTIVV



SELECTIVV INDEX

budujemy w oparciu o:

- 441 LOKALIZACJI
- 20 892 471 UNIKALNYCH UŻYTKOWNIKÓW
- 50 MLN MIESIĘCZNYCH OBSERWACJI

[▶ SPRAWDŹ WSKAŹNIKI](#)

[Przejdź >>](#)

Marcin Augustyniak

Client Director of Data Tank

+48 517 846 272
ma@selectivv.com

Tomasz Niewiński

Director of Business Development

+48 607 303 054
tn@selectivv.com
selectivv.com



Kontakt

Reklama i badania
w oparciu o dane z urządzeń mobilnych