

7 listopada, Warszawa

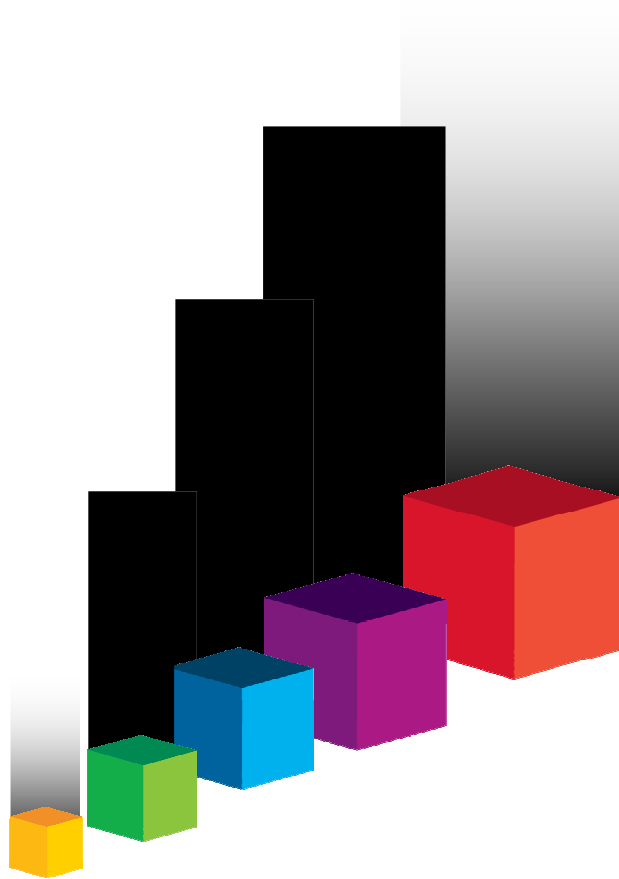
Hotel InterContinental, ul. Emilii Plater 49

Rozwiązania analizy treści niestrukuralnych w służbie marketingu

Maciej Modrzejewski, ECM Sales Manager, IBM.



Eksploracja treści



Rynki wymuszają radzenie sobie z:

- większą ilością,
różnorodnością
i szybkością tworzenia
- wzrastającą rolą w
podejmowaniu decyzji
- nowymi możliwościami
przetwarzania

Już nie tylko dokumenty

Ilość

12 terabajtów

Tweet-ów tworzonych codziennie

Analiza popularności produktów

Szybkość

5 milionów

transakcji biznesowych / sekundę

Identyfikacja potencjalnych nadużyć

Różnorodność

4 TB/stanowisko/dzień

typowy system wideomonitoringu

Wykrywanie zdarzeń

15 petabajtów

nowej informacji codziennie

Określanie istotności

500 milionów

rekordów dotyczących rozmów
/ dzień

Zapobieganie odpływowi klientów

80% tworzonej informacji

to treści niestrukturalne ...

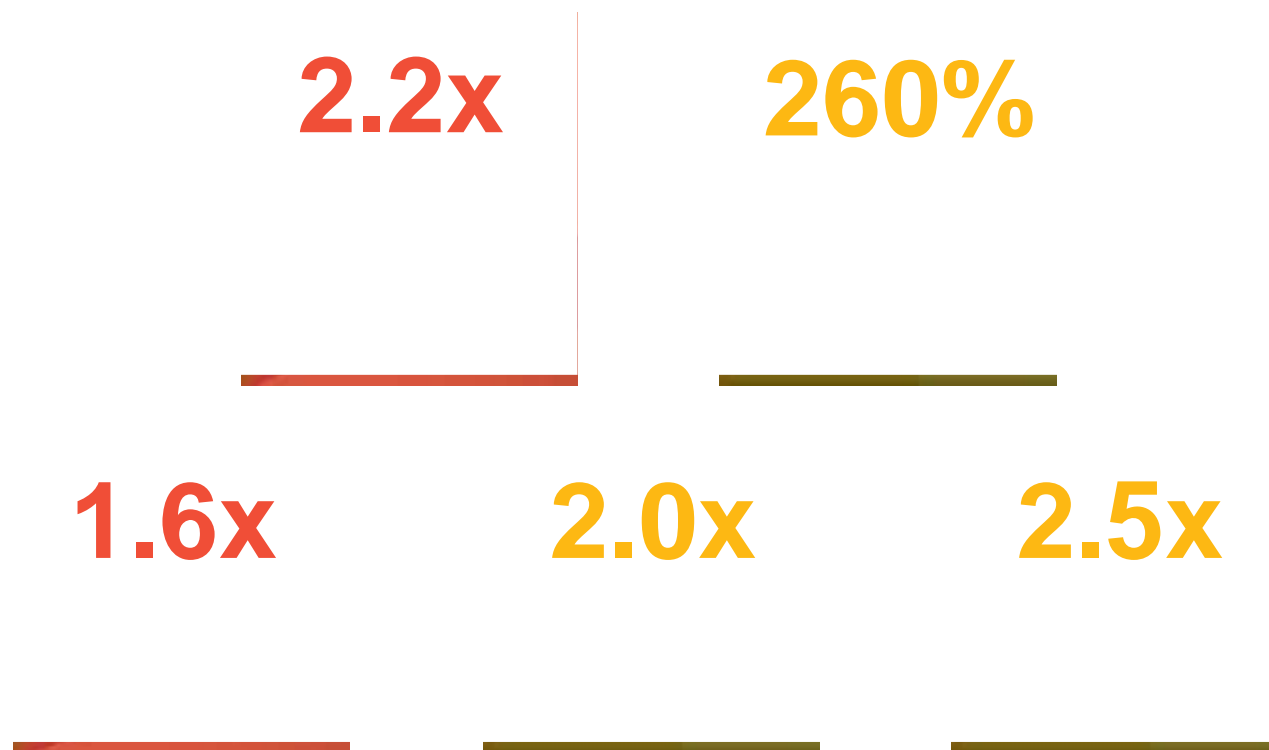
Poprawa satysfakcji klienta



Podczas tej prezentacji na świecie zostaną
wytworzone **458.81 terabajty** informacji

Już nie wystarcza przechowywanie informacji

Firmy dokonujące zaawansowanych analiz wyprzedzają konkurencję

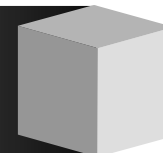


Source: The New Intelligent Enterprise, a joint MIT Sloan Management Review and IBM Institute of Business Value analytics research partnership. Copyright © Massachusetts Institute of Technology 2011. *Outperforming in a data-rich, hyper-connected world*, IBM Center for Applied Insights study conducted in cooperation with the Economist Intelligence Unit and the IBM Institute of Business Value. 2012

Organizacje powinny zredefiniować swoją strategię dotyczącą treści niestrukuralnych

w celu **zwiększenia możliwości zarządczych**,
optymalizacji wyników biznesowych,
poprawy współpracy, **uzyskiwania nowego**
wglądu w informacje, i **panowania nad jej**
wzrostem dla redukcji kosztów i ryzyka

Treść w ruchu

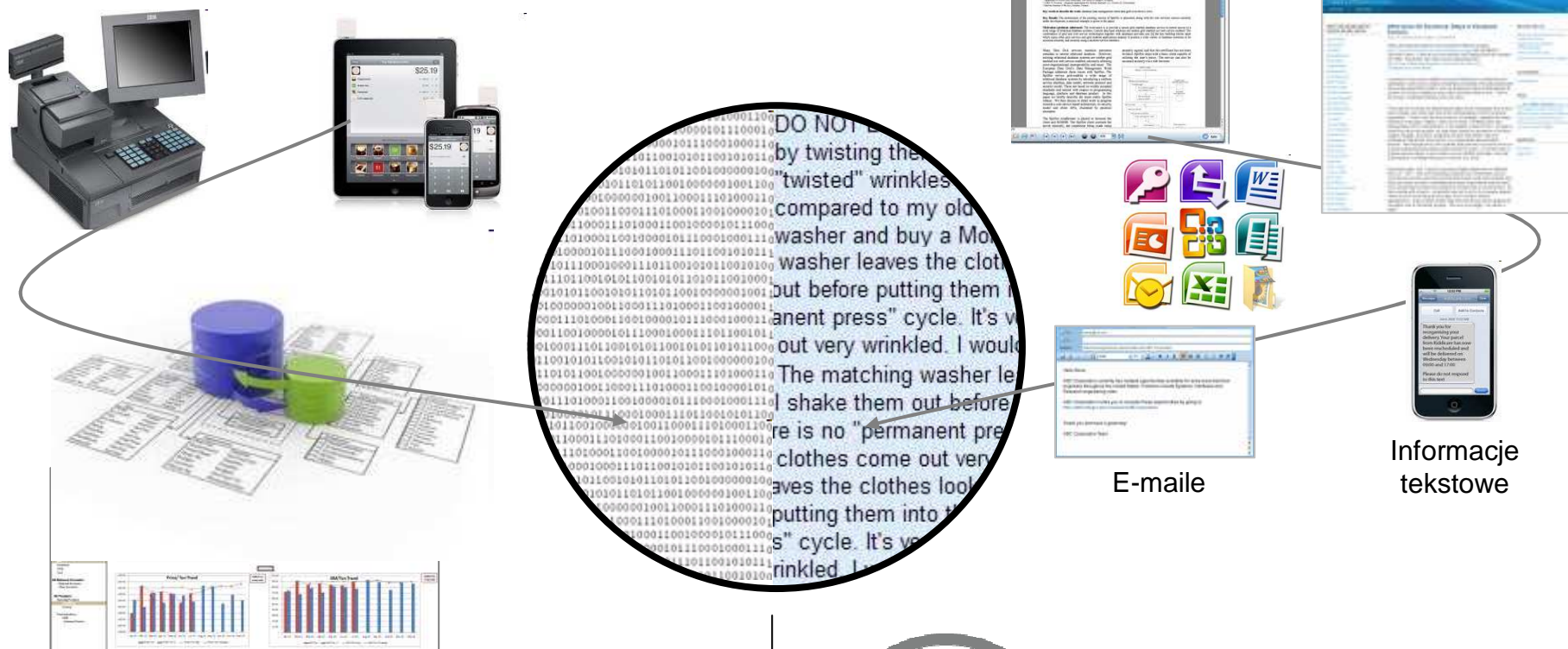


Koncepcja „Content in Motion”, czyli treść w ruchu

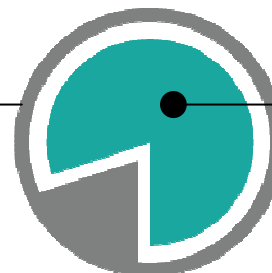


Nowe potrzeby w obszarze analityki

Analityka rozwija się - od danych transakcyjnych i strukturalnych do interaktywnych i niestrukuralnych



Analityka adaptuje się – od analiz ilościowych do analizowania zachowań, doświadczeń, trendów



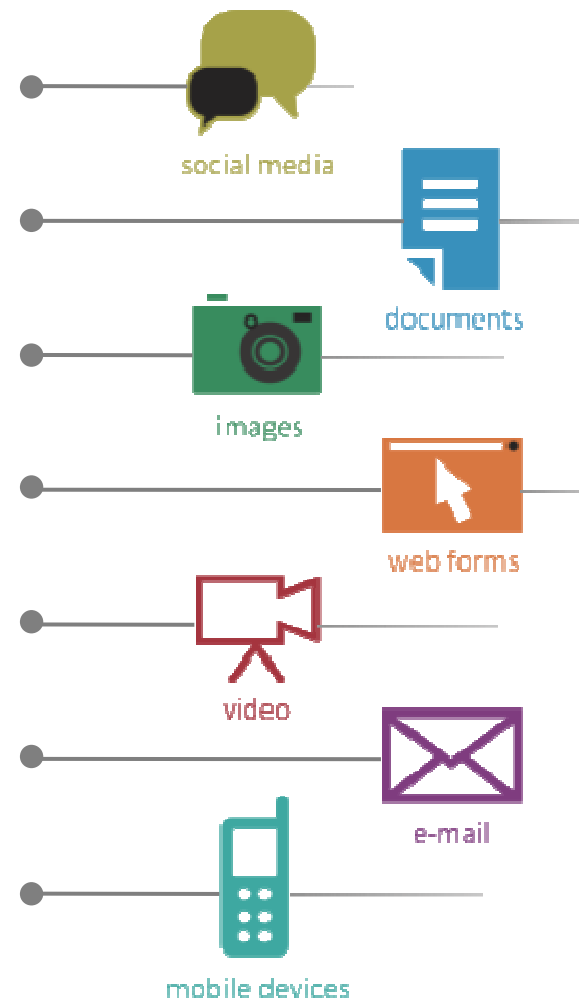
Ponad 80%
przechowywanych informacji
ma formę niestrukuralną

Oddzielenie **sygnału** od szumu

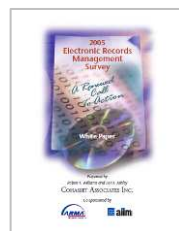
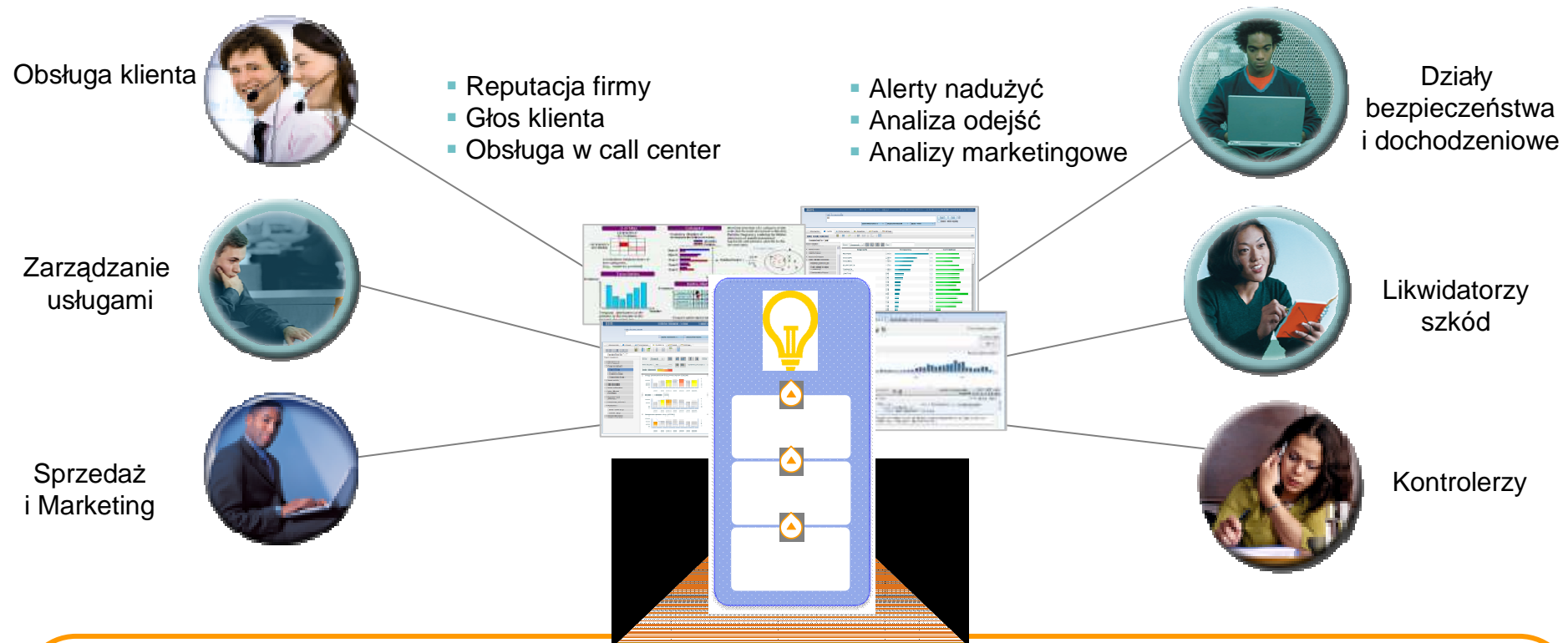
Odpowiednie wykorzystywanie treści wymaga możliwości **przeszukiwania, klasyfikacji i analizy** dużych ilości **danych tekstowych** w celu rozumienia i szybkiego **wykrywania** istotnej biznesowo informacji ... z różnych źródeł treści tak **wewnątrz jak i na zewnątrz organizacji.**

Zrozumieć niezrozumiałe

Odkryć ukryte



Analityka treści dostarcza wartość różnym liniom biznesu



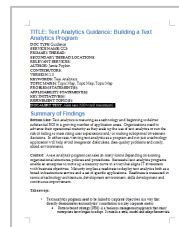
Raporty
rynkowe



Roszczenia



Logi rozmów



Dokumenty
i raporty
wewnętrzne



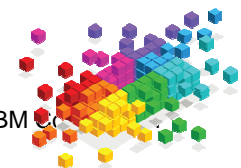
Web



Blogi



Email



IBM i analiza treści

IBM ma ponad 50 lat doświadczenia w analizie treści

- W 1957 IBM publikuje wyniki badań dotyczące klasyfikacji tekstu (wyszukiwanie tekstu i automatyczne tworzenie abstraktów tekstu)

IBM corocznie inwestuje ~\$50M w badania i rozwój analizy tekstu

- IBM posiada ponad 200 patentów dotyczących dostępu do informacji i ich ilość rośnie każdego roku



Analityka treści - podstawy

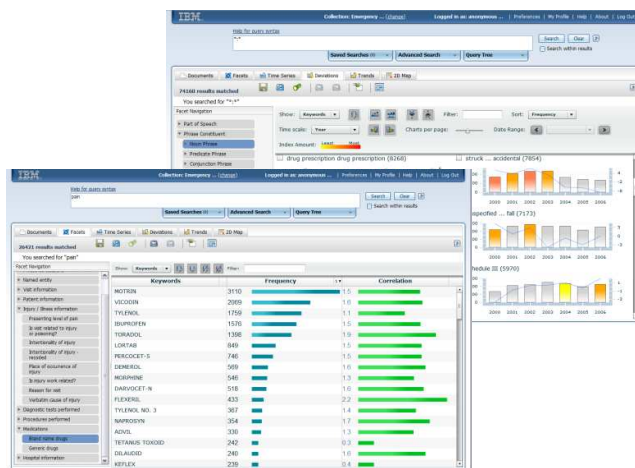
Czym Jest Text Analytics?

Text Analytics (NLP*) Opisuje zbiór technik lingwistycznych, statystycznych i uczenia maszynowego, które pozwalają na analizowanie tekstu i wydobywanie informacji istotnych dla biznesu

PC 143 (Hunter)
15 June 2006 23:47
Suspect identified himself as John Setsuko. Matched description given by night club doorman (IC 1, Male, Ag 22-24 yrs, blue Everton shirt). Stopped whilst driving White Ford Mondeo, W563 WDL. Address given as 22 East Dene Ridge, Copdock, Ipswich. Searched at scene and found in possession of 1oz Cannabis Resin and lockable pocket knife.



Arresting_Officer	PC 143
Arrest_Date_Time	15/06/2006 : 23:47
Suspect_Forename	John
Suspect_Surname	Setsuko
Suspect_VRN	W563WDL
Suspect_Vehicle_Color	White
Suspect_Vehicle_Make	Ford Mondeo
Suspect_Addr_Street	22 East Dene Ridge
Suspect_Addr_Town	Ipswich
Evidence_1_Description	1 oz Cannabis Resin
Classification	Drug possession

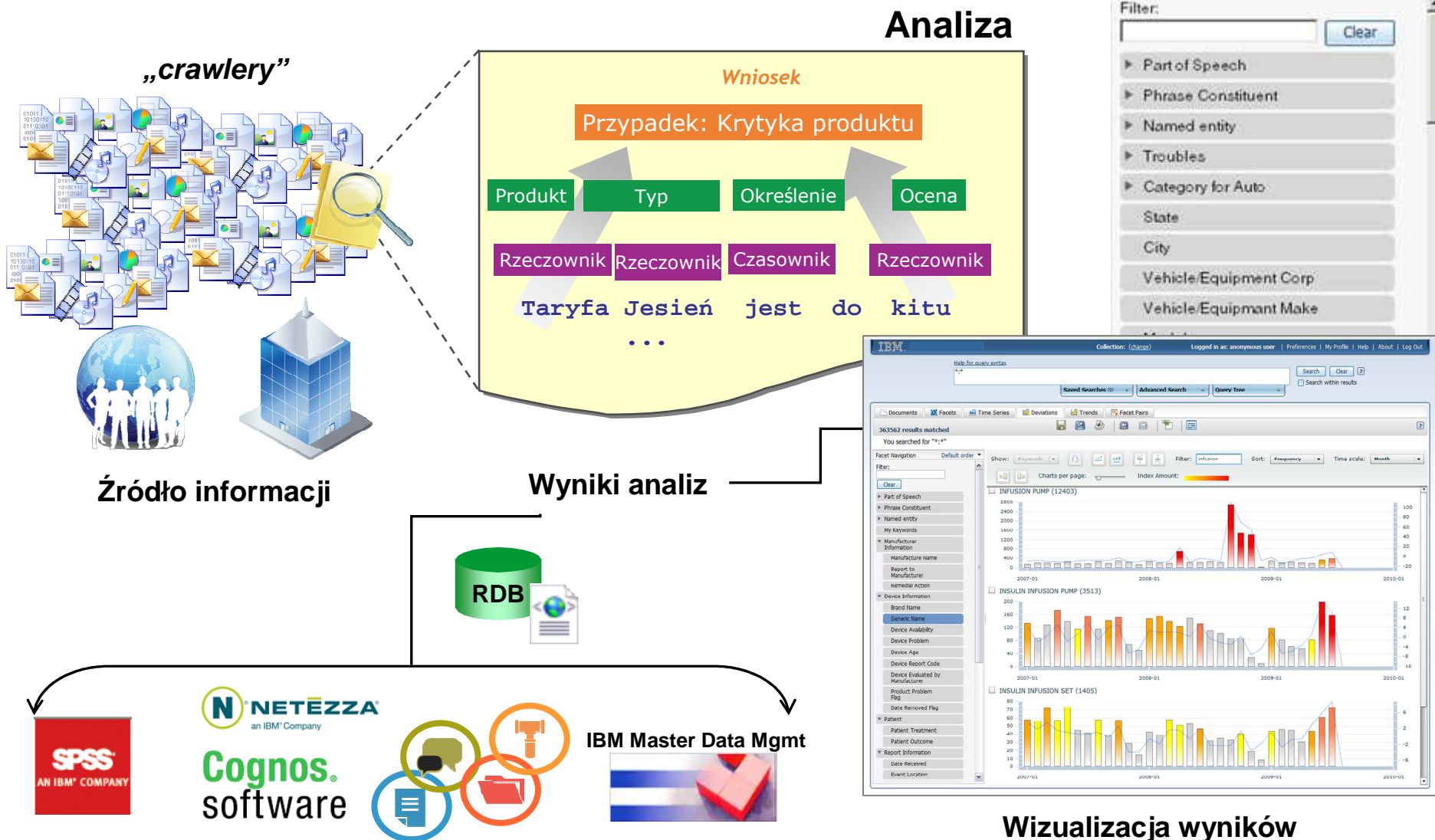


*NLP = Natural Language Processing

Czym Jest Content Analytics?

Content Analytics (Text Analytics + Mining) odnosi się do procesu analizy tekstu oraz możliwości wizualnego określenia i zbadania trendów, prawidłowości i statystycznie istotnych faktów znalezionych w wielu wewnętrznych i zewnętrznych źródłach.

Content Analytics: Jak to działa



IBM Content Analytics – platforma szybkiego wglądu w informacje

Aspekty

- 8 widoków dla analizy, eksploracji i zagłębiania się w informacje
- Dynamiczne przeszukiwanie
- Narzędzia modelowania rozwiązań i mechanizmy klasyfikacji informacji
- Integracja z innymi systemami – np. Cognos BI, SPSS, Netezza, Case Manager – pełne wykorzystanie informacji dla biznesu

Kokpity

Wykresy czasowe

Trendy i odchylenia

Analiza dokumentów

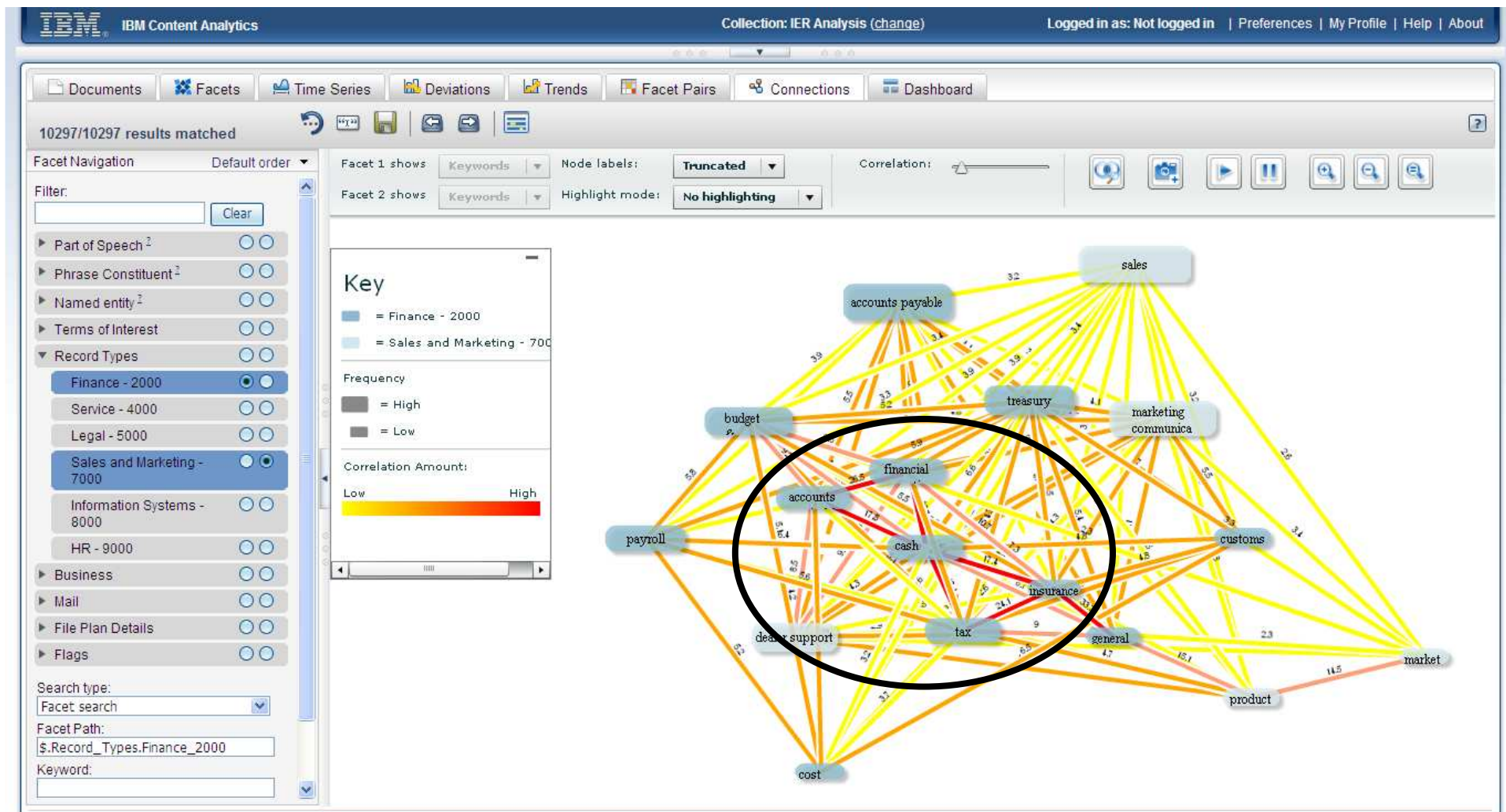
Poszukiwanie

Powiązania

Pary aspektów

IBM Content Analytics

Widok powiązań pomiędzy aspektami



Wgłębianie się w posiadane treści dla budowania wartości Jak firmy wykorzystują analitykę treści niestukturalnych



Analityka zdrowotna

Analizowane: Karty chorobowe, wyniki badań, raporty szpitalne

W celu: Analizy kliniczne, optymalizacja leczenia

Korzyści: Lepsze wyniki leczenia chorób chronicznych, optymalny dobór leków, ogólna poprawa stanu zdrowia pacjentów



Obsługa klienta

Analizowane: Logi rozmów z klientami, email, media

W celu: Określanie zachowań, przewidywanie odejść

Korzyści: Zwiększenie satysfakcji i stopnia utrzymania klientów, poszukiwanie nowych źródeł przychodów, kampanie marketingowe



Analityka przestępczości

Analizowane: Sprawy sądowe, raporty policyjne, zapisy zgłoszeń telefonicznych

W celu: Szybsze procesy dochodzeniowe i analiza trendów

Korzyści: Bezpieczniejsze społeczności i lepsze dysponowanie zasobami



Przeciwdziałanie nadużyciom

Analizowane: Informacje o roszczeniach

W celu: Wykrywanie działań i wzorców nadużyć

Korzyści: Zmniejszenie strat, szybsze wykrywanie, bardziej efektywna obsługa szkód



Jakość złożonych produktów

Analizowane: Dokumentacja, informacje techniczne, zapisy rozmów, informacje prasowe

W celu: Analizy gwarancji, poprawa jakości

Korzyści: Zmniejszenie kosztów gwarancji, zwiększenie satysfakcji klientów, kampanie marketingowe



Marketing

Analizowane: Logi call center, portale społecznościowe, SharePoint

W celu: Analiza opinii o produktach, przewidywanie odejść, analiza jakości

Korzyści: Zwiększenie satysfakcji klienta, lepsze kampanie marketingowe, wykrywanie problemów produktowych



Energy



Traffic



Food



Infrastructure



Retail



Intelligence



Stimulus



Banking



Telecom



Retail



Intelligence



Stimulus



Banking



Telecom



Oil



Healthcare



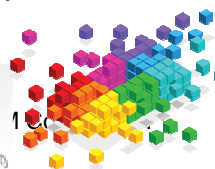
Cities



Water



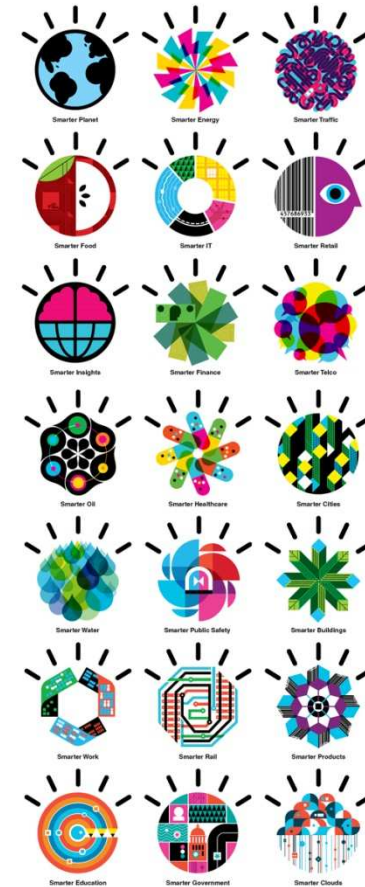
Public safety



IBM Content Analytics – obszary zastosowań w marketingu

Analizy rynkowe i zwiększanie wiedzy rynkowej (Market Intelligence)

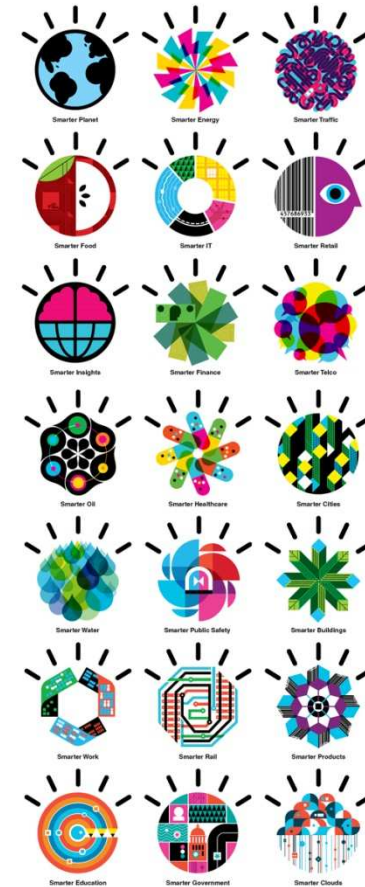
- Analiza konkurencji z publicznych źródeł informacji – portale, strony web-owe, czaty
- Analiza konkurencji z dostępnych prezentacji
- Zbieranie opinii o nowo wprowadzanych na rynek produktach
- Poszukiwanie informacji dotyczącej różnych branż
- Analiza kwestionariuszy i formularzy
- Analiza międzydepartamentalna – zarządzanie reklamacjami i skargami
- Poszukiwanie błędnych wystąpień nazwy naszej firmy



IBM Content Analytics – obszary zastosowań w marketingu

Analiza mediów społecznościowych

- Analiza odczuć
- Podłączenie do Twitter-a, Facebook-a, Google i innych źródeł
- Analiza wątków dyskusji
- Wykrywanie relacji
- Możliwość automatycznej klasyfikacji grup klientów
- Wykrywanie głównych opiniotwórców
- Analiza opinii
- Analiza profili klientów



DEMO

IBM Content Analytics



