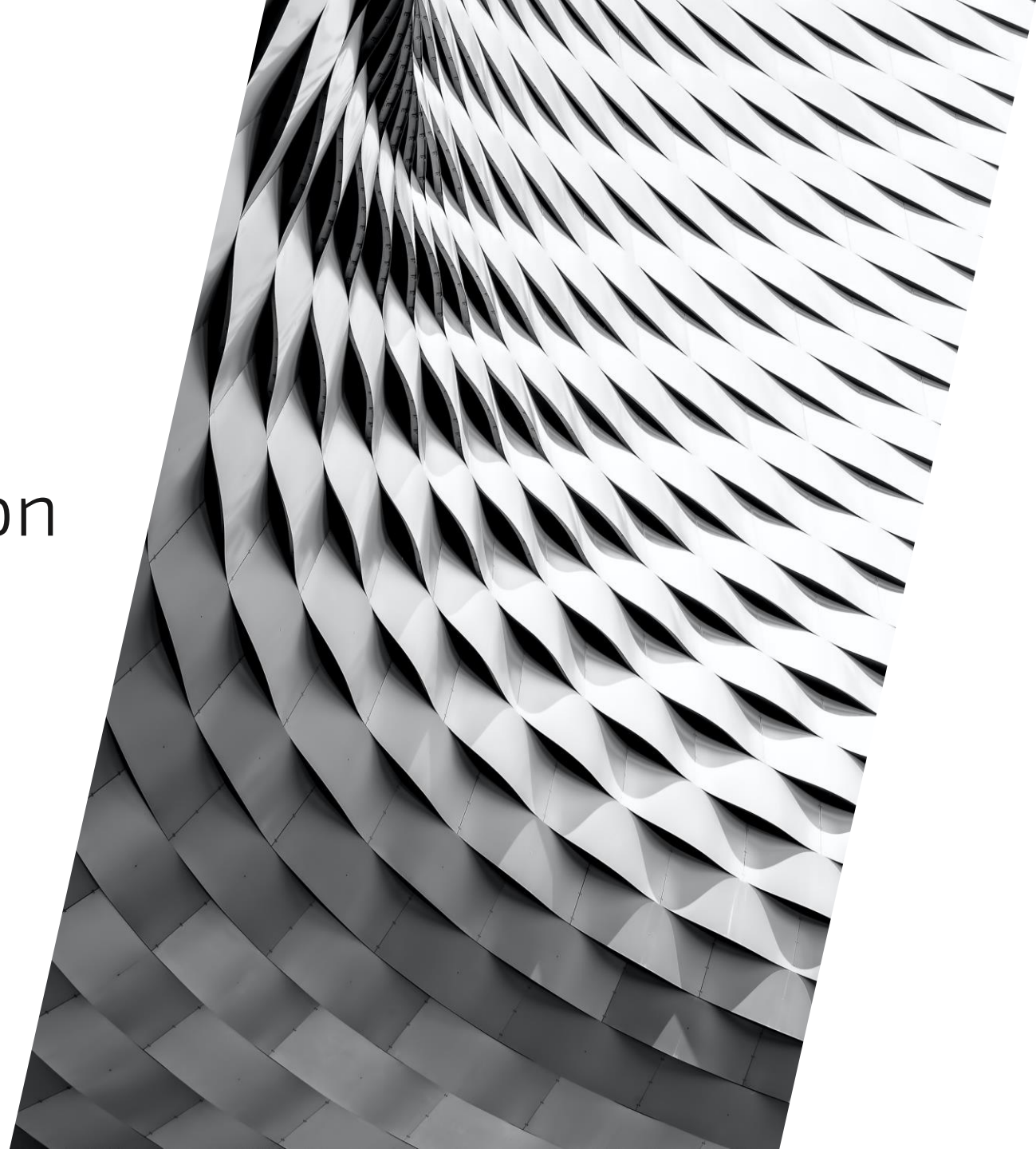
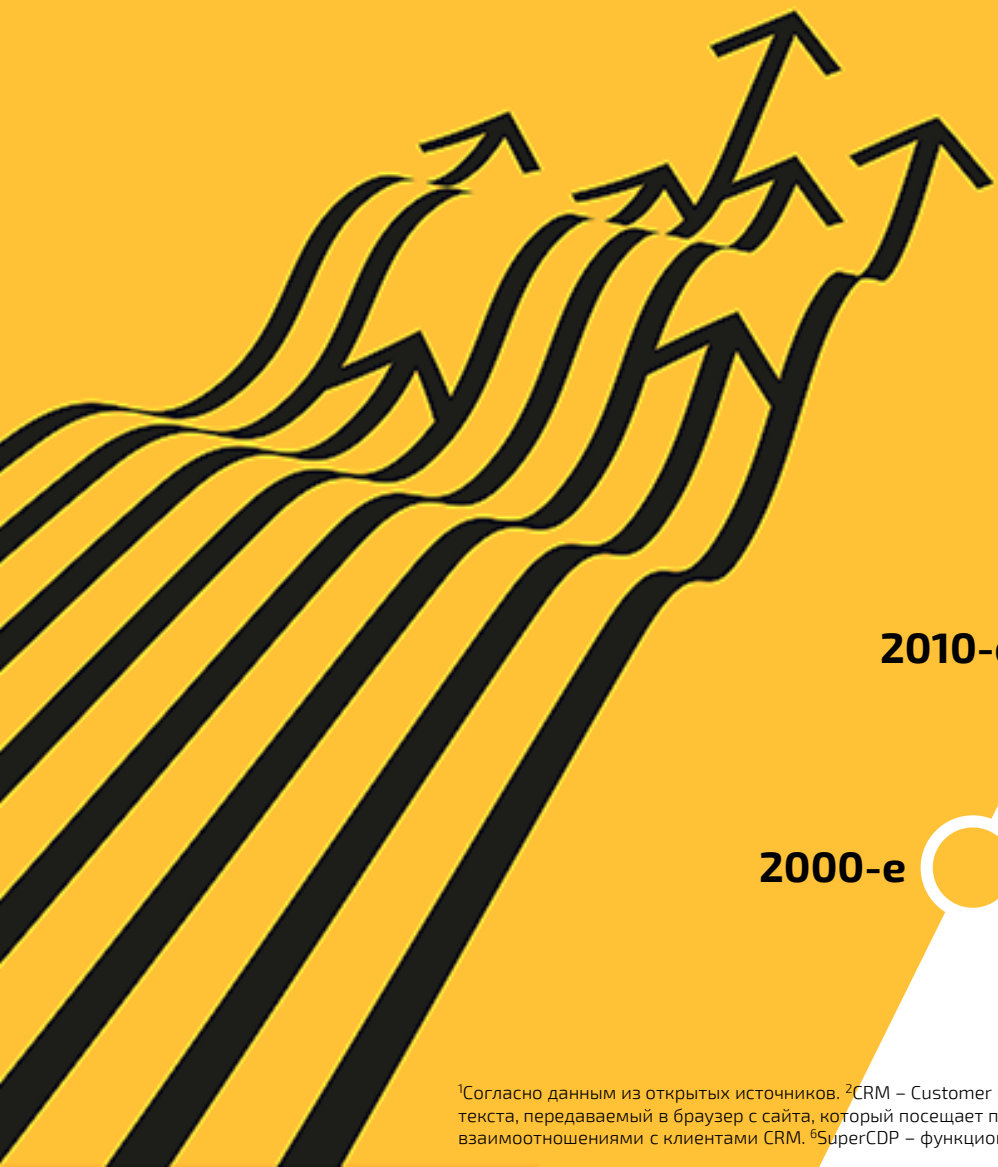




# Beeline AdTech & Aggregation **Customer Data Platform**



# Эволюция маркетинговых платформ<sup>1</sup>



2020

SuperCDP<sup>6</sup>

## ЭКОСИСТЕМНЫЙ МАРКЕТИНГ

- Объединение данных о клиенте (Web, CRM, Партнеры)
- Единый сквозной идентификатор и омниканальные коммуникации (по данным клиента и партнеров)
- Сквозная аналитика
- Децентрализация данных и защищенные анклавы
- Партнерские программы

2016

CDP<sup>5</sup>

- Объединение данных о клиенте (Web, CRM)
- Единый сквозной идентификатор и омниканальные коммуникации (только по данным клиента)

2010-е

DMP<sup>3</sup>

- Только Web-данные (cookie<sup>4</sup>):
- Ненадежные, обезличенные
  - Без метчинга с CRM

2000-е

CRM<sup>2</sup>

- Начало работы с персональными коммуникациями
- Только данные о покупках клиента

<sup>1</sup>Согласно данным из открытых источников. <sup>2</sup>CRM – Customer Relationship Management – система управления отношениями с клиентами. <sup>3</sup>DMP – Data Management Platform – платформа по управлению данными. <sup>4</sup>Cookie – фрагмент текста, передаваемый в браузер с сайта, который посещает пользователь. <sup>5</sup>CDP – Customer Data Platform – система, которая объединяет в себе преимущества платформы управления данными DMP и системы управления взаимоотношениями с клиентами CRM. <sup>6</sup>SuperCDP – функционал платформы Агрегион, лицензия на использование которой предоставляется Билайн клиенту.

# Оmnиканальная CDP-платформа



## Данные<sup>1</sup>

Данные по 54+ млн абонентов Билайн<sup>2</sup>



## Инвентарь

Рекламный инвентарь Билайн и партнеров



## Аналитика<sup>3</sup>

Аналитика данных в любом разрезе



## SuperCDP<sup>5</sup>

- ✓ Работа с партнерскими данными и инвентарем
- ✓ Триггерный маркетинг
- ✓ Монетизация данных
- ✓ Партнерские программы
- ✓ Сквозная аналитика
- ✓ Децентрализация данных



## Децентрализация<sup>5</sup>

Решение без передачи данных третьей стороне



## Технологии<sup>5</sup>

Смарт-контракты, управление согласием пользователя



## Безопасность<sup>5</sup>

Работа с данными через защищенные анклавы

**Аудитория 75+ млн. пользователей<sup>2</sup>** (Телеком, Ритейл, Фарма, ОФД<sup>4</sup>)

<sup>1</sup>Билайн не предоставляет данные абонентов. Сведения используются для составления сегментов и показа рекламы. Оказание услуг осуществляется при наличии согласия пользователя на обработку данных и получение рекламы. <sup>2</sup>Согласно внутренним статистическим данным Beeline. <sup>3</sup>Агрегированные статистические отчеты, основанные на анализе данных технических средств и обезличенных данных о пользователях. Услуга предоставляется при наличии согласия пользователя на обработку данных и получение рекламы. <sup>4</sup>При предоставлении услуги Билайн использует отчеты и сегменты пользователей, сформированные партнером Билайн, в том числе с использованием данных операторов ОФД. <sup>5</sup>Функционал платформы Aggregation, лицензия на использование которой предоставляется Билайн клиенту.

# Организация SuperCDP<sup>2</sup>: модули<sup>1</sup>



## Примечания:

- При установке сети Wi-Fi Beeline, тарификация за трафик оплачивается отдельно
- Купоны и опросы входят в базовый функционал CDP<sup>2</sup>. Также могут быть приобретены клиентом, как модуль для неограниченного собственного использования и монетизации
- Монетизация данных и инвентаря входит в базовый функционал CDP<sup>2</sup>. Комиссия от монетизации оплачивается отдельно
- Рекламный инвентарь Билайн и партнеров входят в базовый функционал CDP<sup>2</sup>. Рекламные кампании оплачиваются отдельно
- Аналитика Билайн и партнеров входят в базовый функционал CDP<sup>2</sup>. Отчеты оплачиваются отдельно

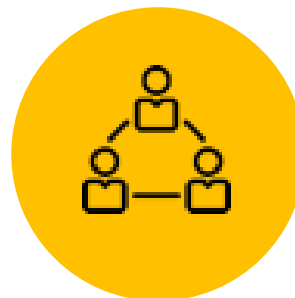
<sup>1</sup>Состав модулей определяется индивидуально под задачи клиента. <sup>2</sup>CDP – Customer Data Platform – система, которая объединяет в себе преимущества платформы управления данными DMP и системы управления взаимоотношениями с клиентами CRM. <sup>3</sup>Функционал платформы Агрегации, лицензия на использование которой предоставляется Билайн клиенту. <sup>4</sup>CRM – Customer Relationship Management – система управления отношениями с клиентами. <sup>5</sup>DMP – Data Management Platform – платформа по управлению данными. <sup>6</sup>Билайн не предоставляет данные абонентов. Сведения используются для составления сегментов и показа рекламы. Оказание услуг осуществляется при наличии согласия пользователя на обработку данных и получение рекламы. <sup>7</sup>SDK – Software Development Kit – набор средств разработки, позволяющий специалистам по программному обеспечению создавать приложения для определённого пакета программ, программного обеспечения базовых средств разработки. <sup>8</sup>App – мобильное приложение. <sup>9</sup>User ID – идентификатор пользователя. <sup>10</sup>Оказание услуг осуществляется при наличии согласия пользователя на обработку данных и получение рекламы. <sup>11</sup>Коммуникация осуществляется в обезличенном виде, исключая передачу сведений о пользователях или персональные данные и при наличии согласия на обработку данных и получение рекламы. <sup>12</sup>DSP – Demand Side Platform – платформа организации аукциона для рекламодателей, которая торгует с SSP. <sup>13</sup>SSP – Supply Side Platform – технологические платформы для веб-издателей, с помощью которых рекламные сети или отдельные сайты могут продать свои рекламные площади. <sup>14</sup>In-store – реклама, находящаяся внутри помещения. <sup>15</sup>Агрегированные статистические отчеты, основанные на анализе данных технических средств и обезличенных данных о пользователях. Услуга предоставляется при наличии согласия пользователя на обработку данных и получение рекламы. <sup>16</sup>При предоставлении услуги Билайн использует отчеты по сегменты пользователей, сформированные партнером Билайн, в том числе с использованием данных операторов ОФД.

# Билайн – владелец сервиса



## Единая точка входа

Договоры со всеми участниками платформы – одна точка входа для клиента



## Единый хаб данных<sup>1</sup>

Синхронизация user ID между каналами и участниками, мультисегменты



## Реклама<sup>2</sup> и аналитика<sup>3</sup>

Запуск рекламы на платформах, сквозная аналитика



## Консалтинг и интеграции

Консультирование в разворачивании инфраструктуры, построении моделей

**Подписали договор с Beeline – получили единый доступ ко всем функциям Платформы и Партнерам<sup>4</sup>!**

<sup>1</sup>Функционал платформы Агрегион, лицензия на использование которой предоставляется Билайн клиенту. <sup>2</sup>Оказание услуг осуществляется при наличии согласия пользователя на обработку данных и получение рекламы. <sup>3</sup>Агрегированные статистические отчеты, основанные на анализе данных технических средств и обезличенных данных о пользователях. Услуга предоставляется при наличии согласия пользователя на обработку данных и получение рекламы. <sup>4</sup>Для доступа к партнерским данным/данным и услугам Билайн потребуется заключение дополнительных соглашений и договоров с Билайн. С условиями доступа, тарифами Билайн, а также с ограничениями и требованиями к ним, Вы можете ознакомиться на сайте [www.beeline.ru](http://www.beeline.ru) в разделе «Бизнесу».

# Возможности SuperCDP<sup>1</sup>



<sup>1</sup>Функционал платформы Агрегион, лицензия на использование которой предоставляется Билайн клиенту. <sup>2</sup>CRM – Customer Relationship Management – система управления отношениями с клиентами. <sup>3</sup>Оказание услуг осуществляется при наличии согласия пользователя на обработку данных и получение рекламы. <sup>4</sup>Look a like – похожие аудитории по сформированным параметрам. <sup>5</sup>DataLab – дата-лаборатории. <sup>6</sup>Агрегированные статистические отчеты подрядчиков Билайн по сегментам по результатам проведения рекламной кампании. <sup>7</sup>Агрегированные и обезличенные отчеты, исключающие передачу сведений о конкретных пользователях, их местонахождении, услуга предоставляется при условии наличия согласия на обработку данных и получение рекламы. <sup>8</sup>Для анализа используется агрегированная информация по динамике услуг оказания связи IP TV. <sup>9</sup>Агрегированные статистические отчеты, основанные на анализе данных технических средств и обезличенных данных о пользователях. Услуга предоставляется при наличии согласия пользователя на обработку данных и получение рекламы. <sup>10</sup>При предоставлении услуги Билайн использует отчеты и сегменты пользователей, сформированные партнером Билайн, в том числе с использованием данных операторов ОФД. <sup>11</sup>CDP – Customer Data Platform – система, которая объединяет в себе преимущества платформы управления данными DMP и системы управления взаимоотношениями с клиентами CRM.

# 1 Собирайте данные из любых каналов

дополняйте данными партнеров



## Данные клиента<sup>1</sup>

### CRM<sup>2</sup> данные

Интеграция с CRM клиента



### Веб-сайт

Сбор аудитории сайта через смартипиксель



### Приложение

Сбор аудитории через SDK-трекер



### Точки продаж

Сбор аудитории через wifi-сети



## Единый профиль клиента

## Партнерские данные<sup>3</sup>



### Покупки

В детализации по товарам<sup>4</sup>



### Веб-сервисы

Интеграция со сторонними DMP<sup>5</sup>



### Психо

Психографический профиль пользователей



### Сквозной ID<sup>6</sup>

Партнерские триггеры

Данные из разных каналов, привязка к единому User ID<sup>6</sup>

Работа с различными идентификаторами

<sup>1</sup>Функционал платформы Агрегион, лицензия на использование которой предоставляется Билайн клиенту. <sup>2</sup>CRM – Customer Relationship Management – система управления отношениями с клиентами. <sup>3</sup>Функционал партнерских модулей на платформе Агрегион. Состав модулей определяется индивидуально под задачи клиента.

<sup>4</sup>Партнеры не предоставляют данные о покупках клиентов. Сведения используются для составления сегментов и показа рекламы. <sup>5</sup>DMP – Data Management Platform – платформа по управлению данными. <sup>6</sup>Единый идентификатор пользователя.

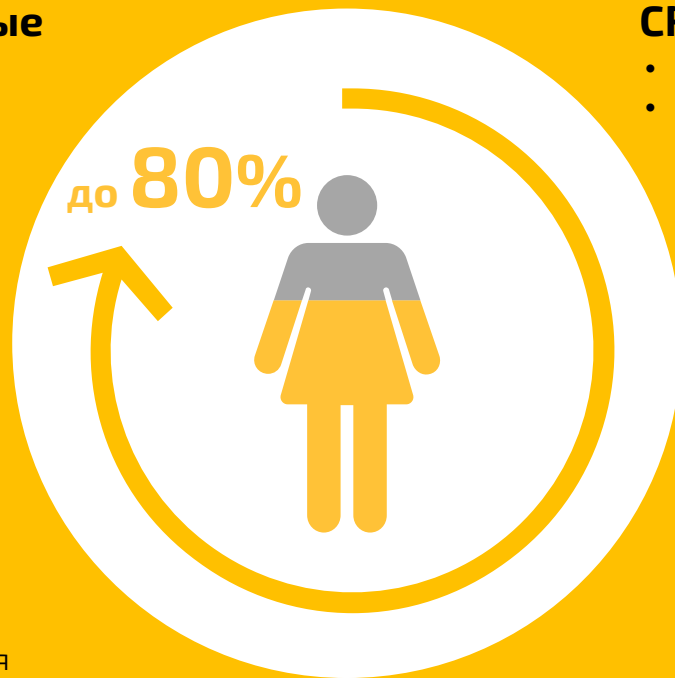
# 2

## Профилируйте и анализируйте аудиторию<sup>1</sup>

На всех этапах решения задачи: от стратегии до исполнения



### Пользователь 360°



#### Real-time<sup>2</sup> данные

События, действия, посещения в реальном времени<sup>1</sup>

#### Опросы<sup>3</sup>

Мнения, мотивация

#### 3<sup>rd</sup> party (партнерские аудитории<sup>4</sup>)

- Психографический профиль
- Интересы, намерения

#### CRM<sup>6</sup> данные клиента<sup>1</sup>

- Покупки
- Предпочтения

#### Web/App данные<sup>1</sup>

Путь клиента, конверсии

#### Аудитории Билайн<sup>7</sup>

- Соц-дем профиль<sup>8</sup>
- Группы общения<sup>9</sup>
- Гео, места посещения<sup>10</sup>
- Владение<sup>11</sup>
- Интересы, намерения<sup>11</sup>
- Медиа-потребление (TV, web, соцсети)<sup>12</sup>

#### Данные партнеров<sup>4</sup>

- Транзакции по целевой категории<sup>5</sup>
- Покупки и предпочтения в других категориях<sup>5</sup>

### Как использовать данные об аудитории?

- Коммуницируйте эффективнее
- Привлекайте и удерживайте клиентов
- Развивайте новые продукты и каналы
- Формируйте лучшие предложения
- Оптимизируйте маркетинг

<sup>1</sup>Функционал платформы Агрегион, лицензия на использование которой предоставляется Билайн клиенту. <sup>2</sup>Real-time – в режиме реального времени. <sup>3</sup>Оказание услуг осуществляется при наличии согласия пользователя на обработку данных и получение рекламы в рамках функционала модуля Билайн на платформе Агрегион. <sup>4</sup>Функционал партнерских модулей на платформе Агрегион. Состав модулей определяется индивидуально под задачи клиента. <sup>5</sup>Партнеры не предоставляют данные о покупках клиентов. Сведения используются для составления сегментов и показа рекламы. <sup>6</sup>CRM – Customer Relationship Management – система управления отношениями с клиентами. <sup>7</sup>Билайн не предоставляет данные абонентов. Сведения используются для составления сегментов и показа рекламы. Оказание услуг осуществляется при наличии согласия пользователя на обработку данных и получение рекламы. <sup>8</sup>Для анализа используется предсказательная математическая модель, основанная на совокупности заданных параметров таргетинга. <sup>9</sup>Для анализа используется агрегированная информация по динамике услуг оказания связи. <sup>10</sup>В рамках оказания услуги сведения о местонахождении пользователей не передаются и анализ осуществляется при условии наличия согласия на обработку данных и получение рекламы. <sup>11</sup>Интернет ресурсы сегментируются и группируются по категориям в зависимости от тематики. На сервере BigData обрабатываются лишь категории сайтов, что с определенной долей вероятности может свидетельствовать об интересе, владении или намерении пользователя. <sup>12</sup>Билайн не осуществляет анализ посещенных сайтов, поисковых запросов, телефонных вызовов и SMS-сообщений пользователей. Предоставленная заказчиками услуги информация используется исключительно для составления портрета целевой аудитории, на основании которого впоследствии осуществляется поиск потенциальных клиентов для заказчиков среди пользователей.

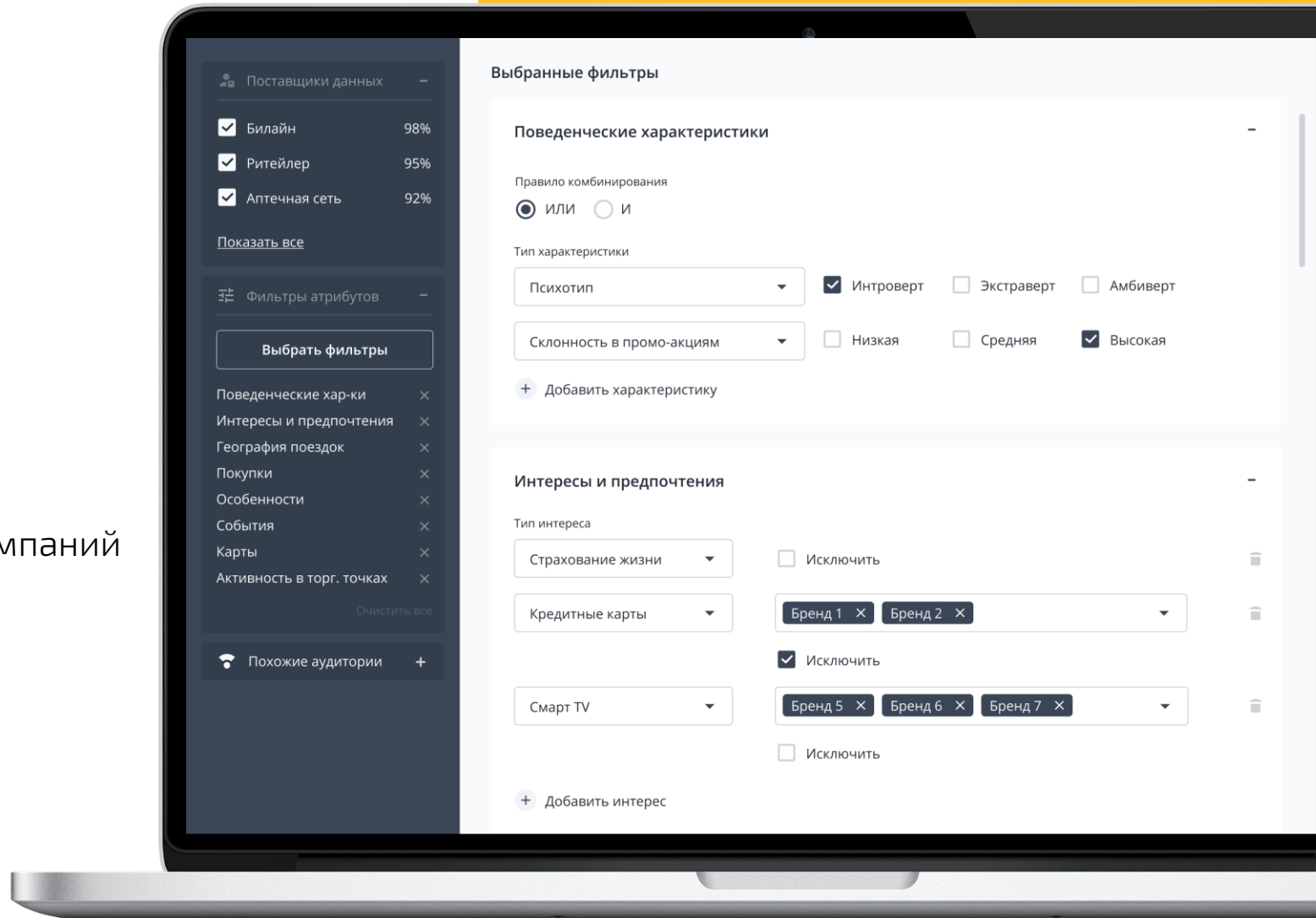


# 3 Сегментируйте аудиторию<sup>1</sup>

Оптимизируйте предложение



- Формируйте сегменты на аудиториях Beeline<sup>2</sup> и партнеров
- Пересекайте аудитории партнеров
- Расширяйте аудиторию с помощью look-a-like<sup>3</sup> сегментов
- Используйте выборки с предыдущих кампаний (кто видел рекламу, кто купил и пр.)
- Персонализируйте предложение с функцией прогноза конверсий



<sup>1</sup>Функционал платформы Агрегион, лицензия на использование которой предоставляется Билайн клиенту.

<sup>2</sup>Оказание услуг осуществляется при наличии согласия пользователя на обработку данных и получение рекламы. <sup>3</sup>Похожие аудитории.

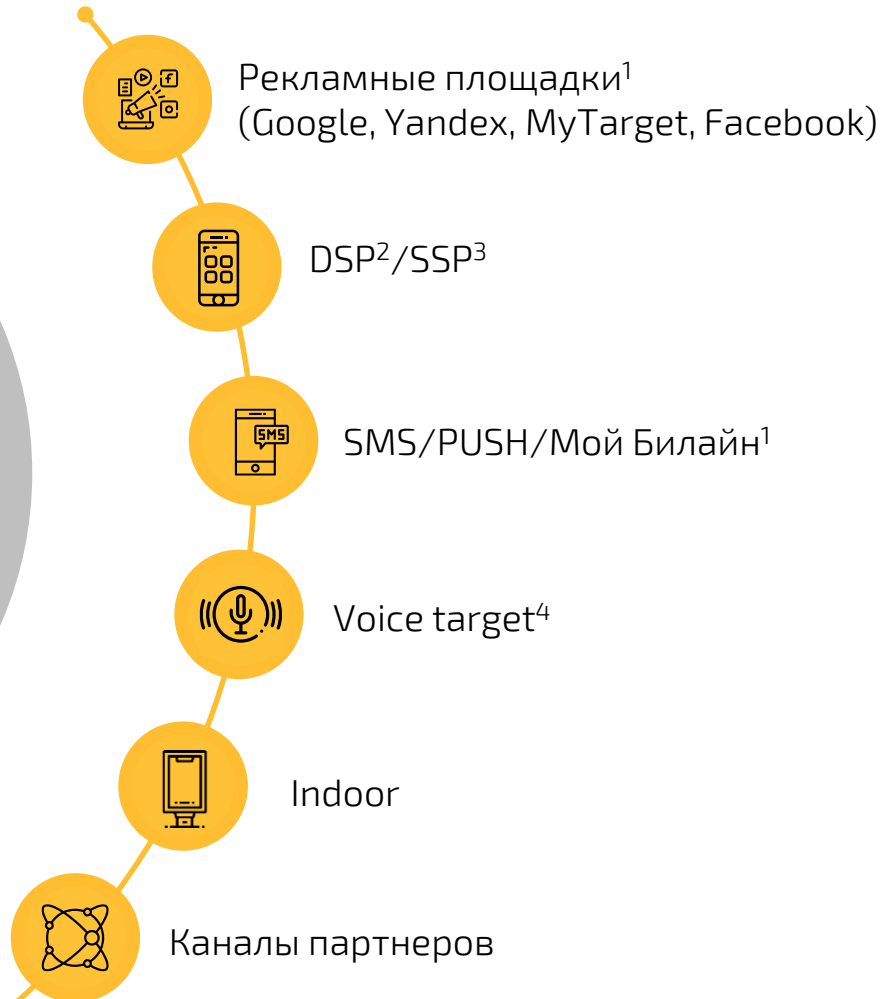
# 4 Коммуницируйте с аудиторией

Оптимизируйте на основе маркетинговых технологий Билайн



## ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ ДЛЯ КАЖДОГО КЛИЕНТА

- По предложениям
- По каналам коммуникаций



<sup>1</sup>Оказание услуг осуществляется при наличии согласия пользователя на обработку данных и получение рекламы. <sup>2</sup>DSP – Demand Side Platform – платформа организации аукциона для рекламодателей, которая торгует с SSP. <sup>3</sup>SSP – Supply Side Platform – технологические платформы для веб-издателей, с помощью которых рекламные сети или отдельные сайты могут продать свои рекламные площади. <sup>4</sup>Коммуникация осуществляется в обезличенном виде, исключая передачу сведений о пользователях или персональные данные и при наличии согласия на обработку данных и получение рекламы. <sup>5</sup>Агрегированные статистические отчеты подрядчиков Билайн по сегментам по результатам проведения рекламной кампании.

Широкий выбор  
рекламного инвентаря

Сквозная O2O аналитика  
с ведущими площадками<sup>5</sup>

Подключение кастомных  
площадок и аудиторий

Рекламный инвентарь  
партнеров

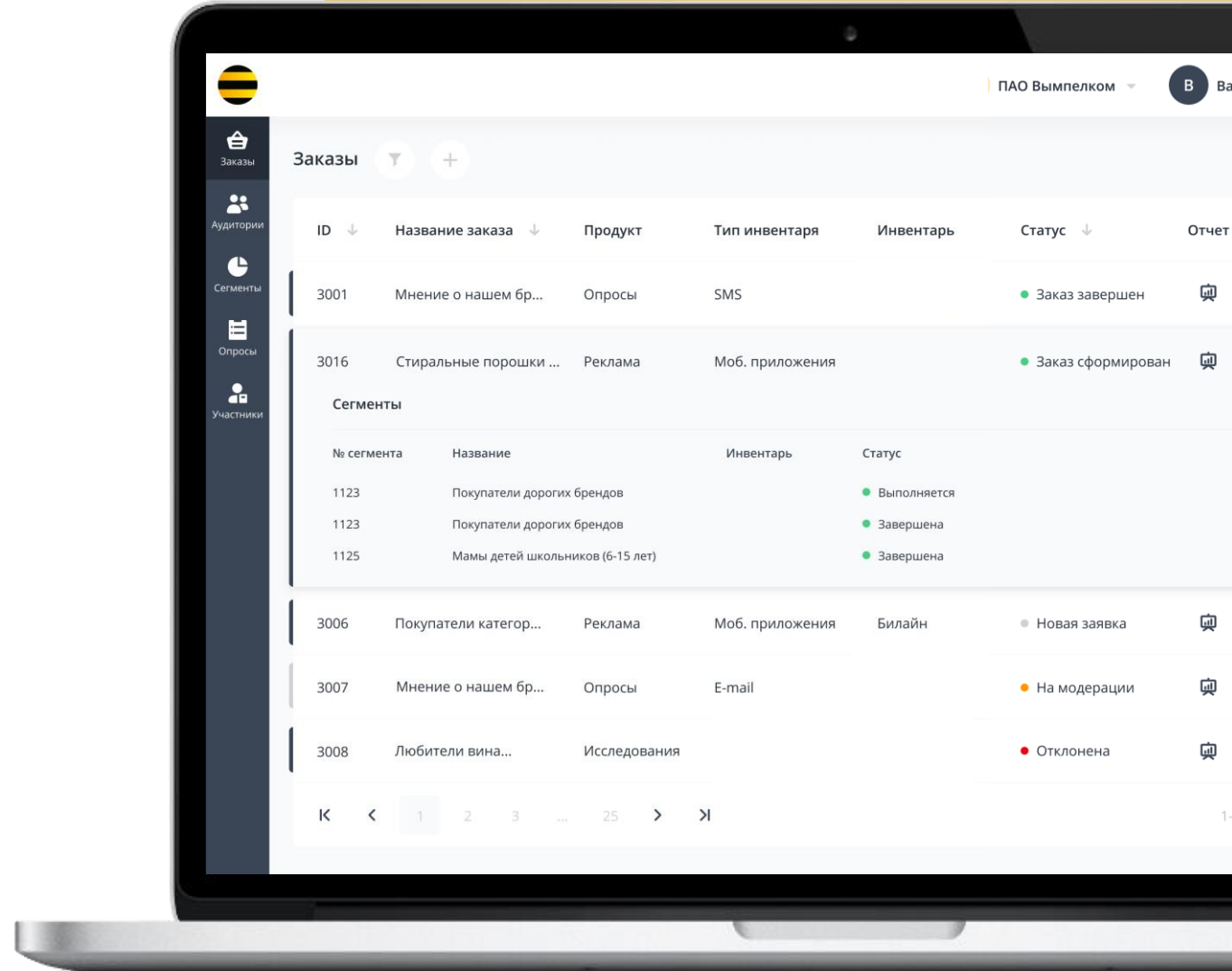
Автоматические A/B тесты

# 5 Монетизируйте свои данные<sup>1</sup>

и медиа возможности



- Готовая инфраструктура для монетизации: единый фронт и клиентский сервис от Билайн
- Полная безопасность: обмен зашифрованными ID клиентов<sup>2</sup>
- Согласование добавления партнеров, управление тарифами, взаиморасчетами
- Монетизация своих медиа каналов
- Гибкие условия партнерства



<sup>1</sup>Функционал по монетизации данных на платформе Агрегион доступен после заключения договора с Билайн, регулирующего условия доступа к сегментам, аналитике и медиа-каналам клиента. <sup>2</sup>Идентификатор клиента.

# 6

## Организуйте партнерства<sup>1</sup>

Для поиска новых клиентов, кросс-продаж и лояльности



- Создавайте партнерские программы
- Безопасно пересекайте аудиторию
- Привлекайте новых клиентов
- Запускаетесь на инвентаре партнёров
- Анализируйте аудиторию, создавайте совместные модели

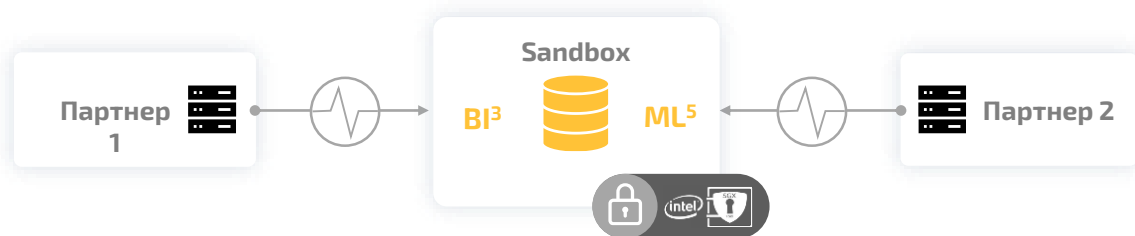
<sup>1</sup>Функционал платформы Агрегации, лицензия на использование которой предоставляется Билайн клиенту. <sup>2</sup>CDP – Customer Data Platform – система, которая объединяет в себе преимущества платформы управления данными DMP и системы управления взаимоотношениями с клиентами CRM. <sup>3</sup>DataLab – дата-лаборатории. <sup>4</sup>ML-модели – модели на основе машинного обучения.

# 7 DataLab<sup>1</sup> - проводите совместное моделирование с партнерами



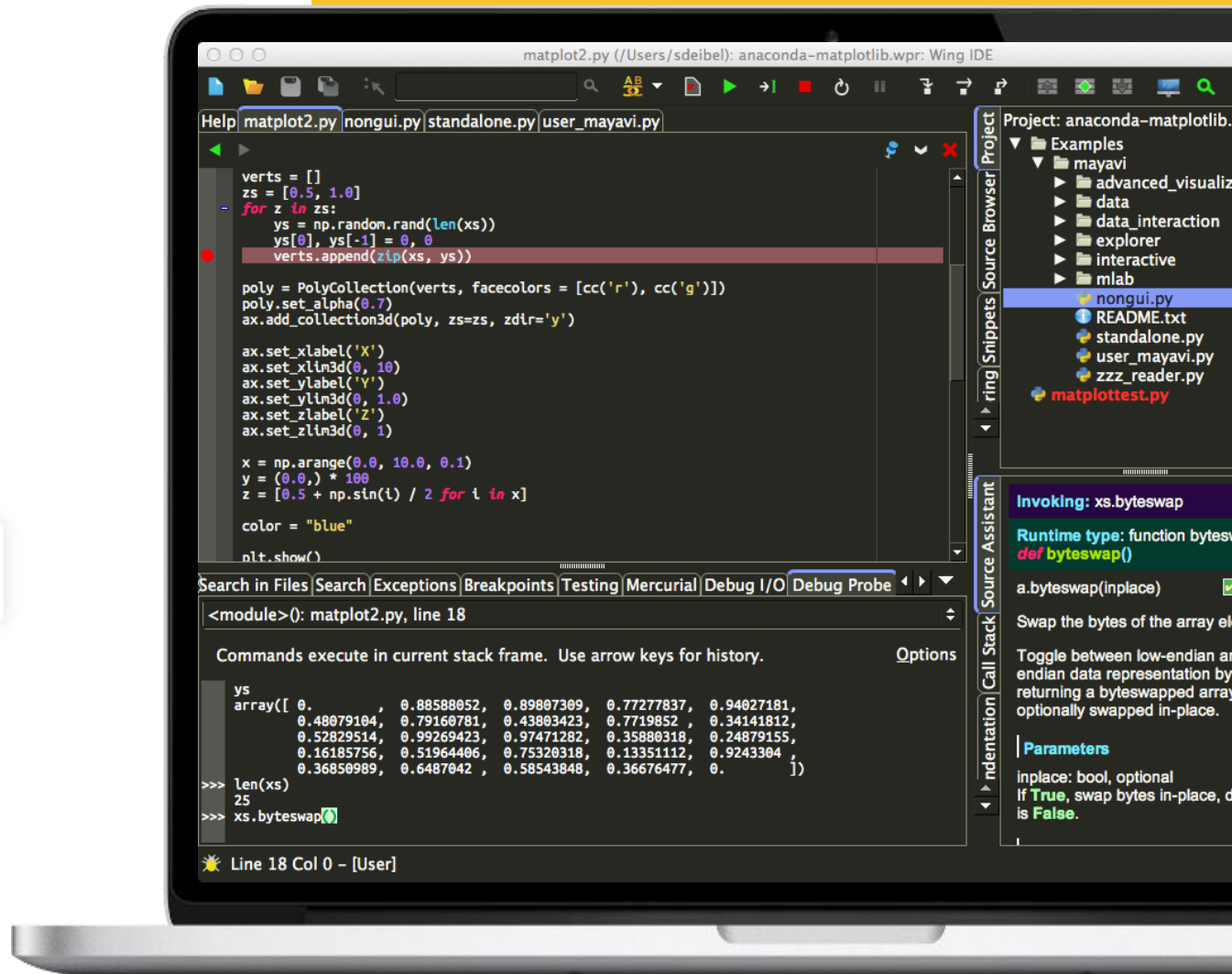
## Возможности<sup>2</sup>

- Защищенный контур без возможности выноса данных
- Безопасный мэтчинг данных между партнерами с использованием технологий секьюрных анклавов
- Обфускация данных (деперсонализация и скрывание коммерческой информации)
- Поддержка R/Python, BI<sup>3</sup>
- Экспорт результатов моделирования в CDP<sup>4</sup> или обмена с партнерами



## Кейсы

- Моделирование на совместных детальных данных, например, между банком и ритейлером: сегменты клиентов для активации, скоринги, персональные предложения.
- Выпуск совместного дата-продукта по финансовому скорингу клиентов с партнерами



<sup>1</sup>DataLab – дата-лаборатории. <sup>2</sup>Функционал платформы Aggreion, лицензия на использование которой предоставляется Билайн клиенту. <sup>3</sup>BI – Business Intelligence — название технологий и инструментов, применяемых для бизнес-анализа данных. <sup>4</sup>CDP – Customer Data Platform – система, которая объединяет в себе преимущества платформы управления данными DMP и системы управления взаимоотношениями с клиентами CRM. <sup>5</sup>ML-модели – модели на основе машинного обучения.

## Профилирование<sup>1</sup>, анализ рынка и аффинитивность спроса<sup>2</sup>

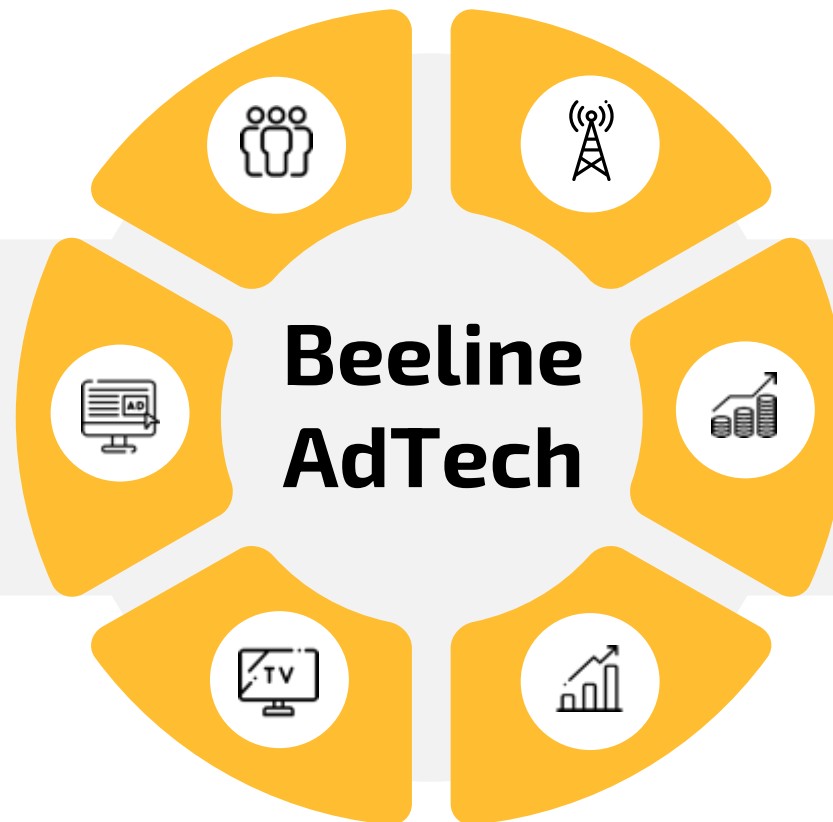
Портретирование целевой аудитории<sup>1</sup>, анализ переключения клиентов с других брендов<sup>2</sup>, оценка точности прогнозирования спроса

## Планирование маркетинговых активностей

Анализ рынка и активностей клиента для оказания консалтинговых и аналитических услуг по дальнейшему осуществлению рекламных коммуникаций<sup>1</sup>

## ТВ-аналитика<sup>3</sup>

Аналитика аудитории клиентов для выбора наиболее релевантных ТВ-каналов для запуска рекламной кампании



## GEO-аналитика<sup>4</sup>

Аналитика аудитории торговой точки, профиль посетителей/интересы/медиапотребление<sup>5</sup>, тепловые карты<sup>6</sup>, карта аффинитивности<sup>2</sup>, место проживания/работы<sup>4</sup>

## Анализ роста продаж (O2O)

Анализ покупок<sup>2</sup>, обращений, посещений<sup>4</sup> на основе Beeline AI и партнерских данных

## Кросс-аналитические отчеты

Сквозная аналитика между рекламными каналами: IPTV<sup>3</sup>, Digital<sup>1</sup>, SMS<sup>1</sup>, Push<sup>1</sup> с привязкой к покупкам<sup>2</sup>. Пересечение параметров: покупки<sup>2</sup>, звонки<sup>7</sup>, GEO<sup>4</sup> интересы пользователей<sup>5</sup>

# Какие задачи может решить SuperCDP?



## Задача

## Решение<sup>2</sup>



Как привлечь новую качественную аудиторию?



### Таргетинги от партнеров

Находите новых клиентов через партнерские аудитории



Как снизить стоимость привлечения?



### Персонализированная коммуникация

Запускайте рекламные кампании только на целевую аудиторию, персонализируйте контент



Как увеличить LTV<sup>1</sup> клиента и снизить отток?



### Партнерские программы

Суперпрофили позволяют общаться с пользователем тогда, когда это актуально; совместные офферы повышают лояльность и снижают отток



Как увеличить выручку?



### Монетизация данных и медиа

Новая статья доходов для вашего бизнеса: монетизируйте данные и медиа быстро и безопасно



Где искать точки роста для бизнеса?



### Совместные продукты с партнерами

Создавайте новые востребованные продукты с партнерами