



2022KOMARTXOA

Enfoka-Trends

Big Dataren onurak retailen

Big Dataren onurak retailen.

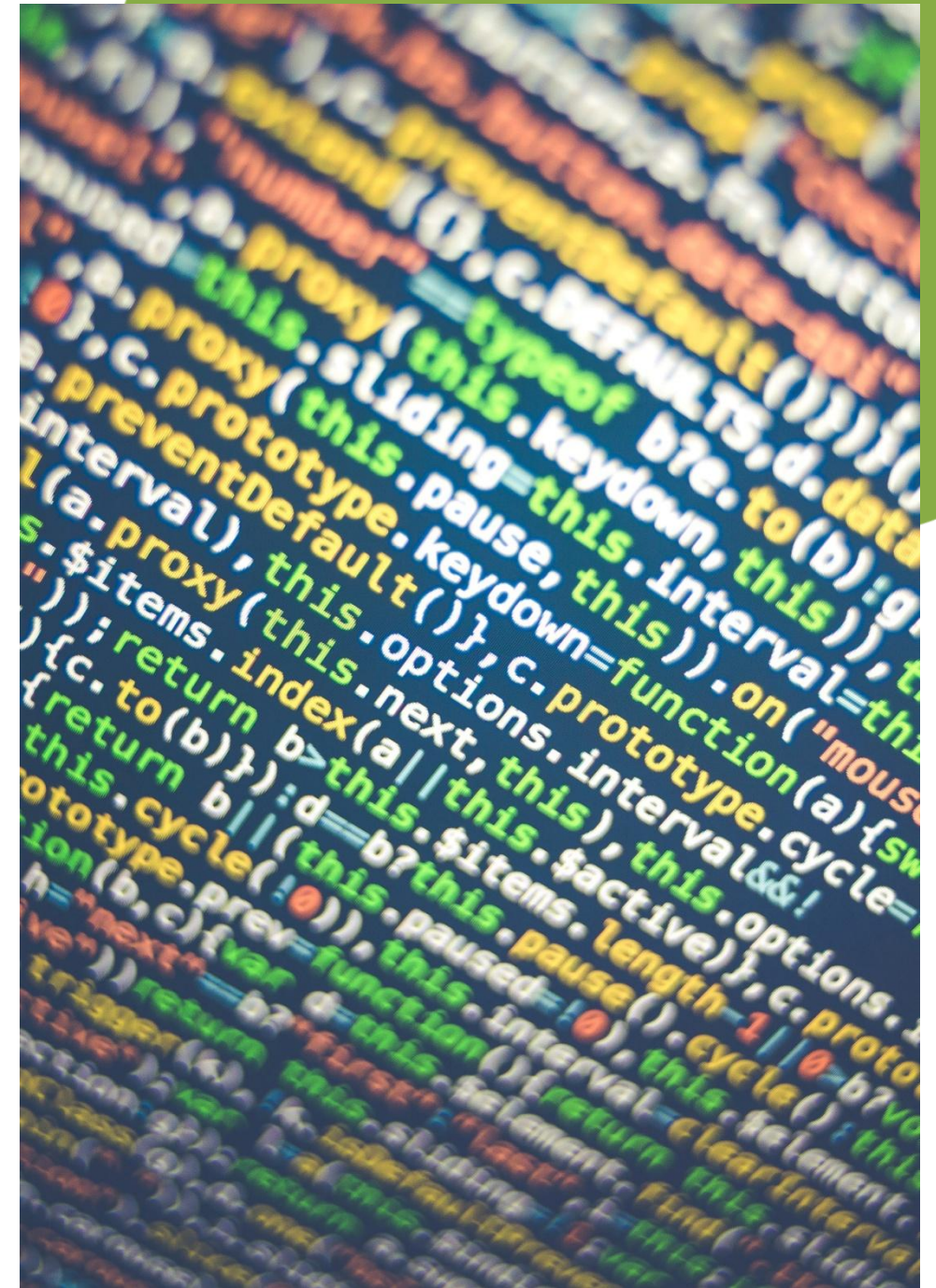
Big Datak dena irauli du, hala ere, txikizkari askok egiten duten galdera nagusietako bat da nola aprobetxatu Big Data retailen.

Bizi garen mundu interkonektatuan, ia ezinbestekoa da informazioa lagatzea eta biltegitratzea. "Datuek galdera jakin batzuei erantzuteko balio dute", adierazi du Rubén Casadok, Accenture-ko senior managerrak eta KSchool-eko datu handien masterreko zuzendariak.

Gaur egun, datuen analisia aplikatzen zaie retaileko jarduera batzuei. Adibidez, inbentarioa optimizatzeko, joerak atzemateko, lokaletan ilarak kudeatzeko, etab. Dendek hainbat iturritatik lor ditzakete datuak. Horietako batzuk geolokalizazio-zerbitzuak, sare sozialak eta abar dira.

Sektore honen joera argia da, analisi prediktiboko teknologien erabilerarantz doa. Negozio-eredu berria datuen analisian eta patroien detekzioan oinarritzen da. Big Data retailen aplikatzen bada, promozioak pertsonalizatu daitezke, nabigazio-ohiturak ezagutu, kontsumitzaileek establezimendu batean duten ibilbidea aztertu, eta abar.

Azken urteotan, retail sektorean analisi-soluzioak eta datuen kudeaketa txertatzeko beharra sortu da. Horrela, bezeroa eta haren erosketa-ereduak ezagutu ditzakete, portaera bidezko mikrosegmentazioa egin, omnikanalitatea hobetu, eta abar.



[Markus Spiske](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Big Dataren onurak retailen.

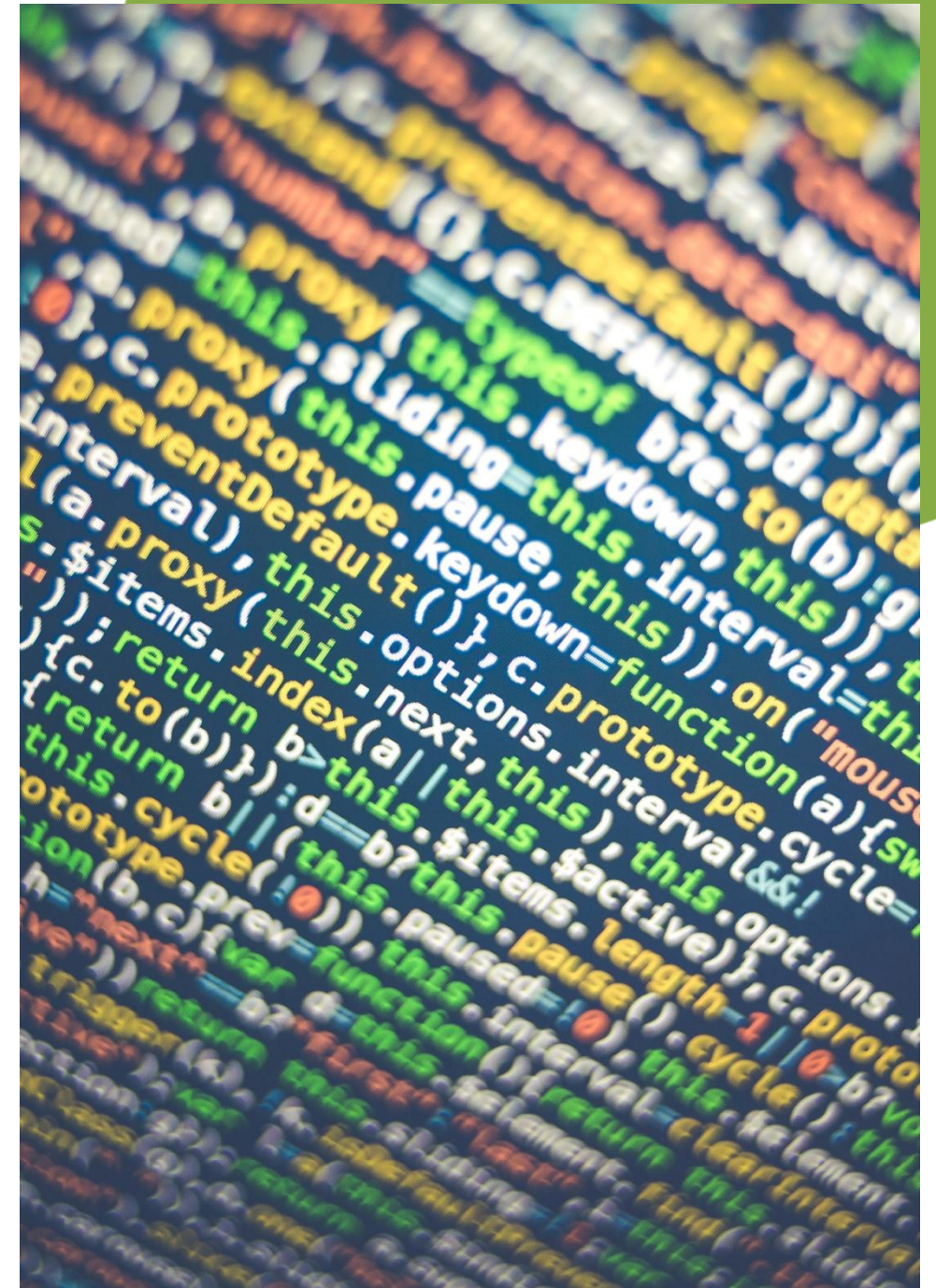
Retail-enpresentzako irtenbidea softwareak ezartzea da, produktu berrien eskaria aurreikusteko, erosketa-joerak aztertzeko, sustapen-produktuak algoritmoz hautatzeko, eta abar.

Erronka handienetako bat erabiltzaile mota establezimendu batera sartzen den unean ezagutzea da. Saltzaile batek ezin du berdin tratatu marka ezagutzen ez duen kontsumitzaile batekin edo sare sozialetan jarraitzaile den batekin, ezta diskurtso bera erabili ere.

Big Data retail bidez produktuei eta bezeroei buruzko datuak bildu, aztertu eta kudeatzeko aukera ematen die denda fisikoei.

IBMren arabera, marketineko kudeatzaileen % 40k adierazi dute oraindik ez dutela bezeroen datuak hobeto aprobetxatzeko gaitasunik. Hori konpondu beharreko arazo larria da, Big Data salmenten etorkizuna baita oraintxe bertan.

Izan ere, IBMk egindako azterlanaren arabera, txikizkarien % 62k uste du Big Datari esker lehiakortasun-abantaila esanguratsua lortu dela beren merkatuetan.

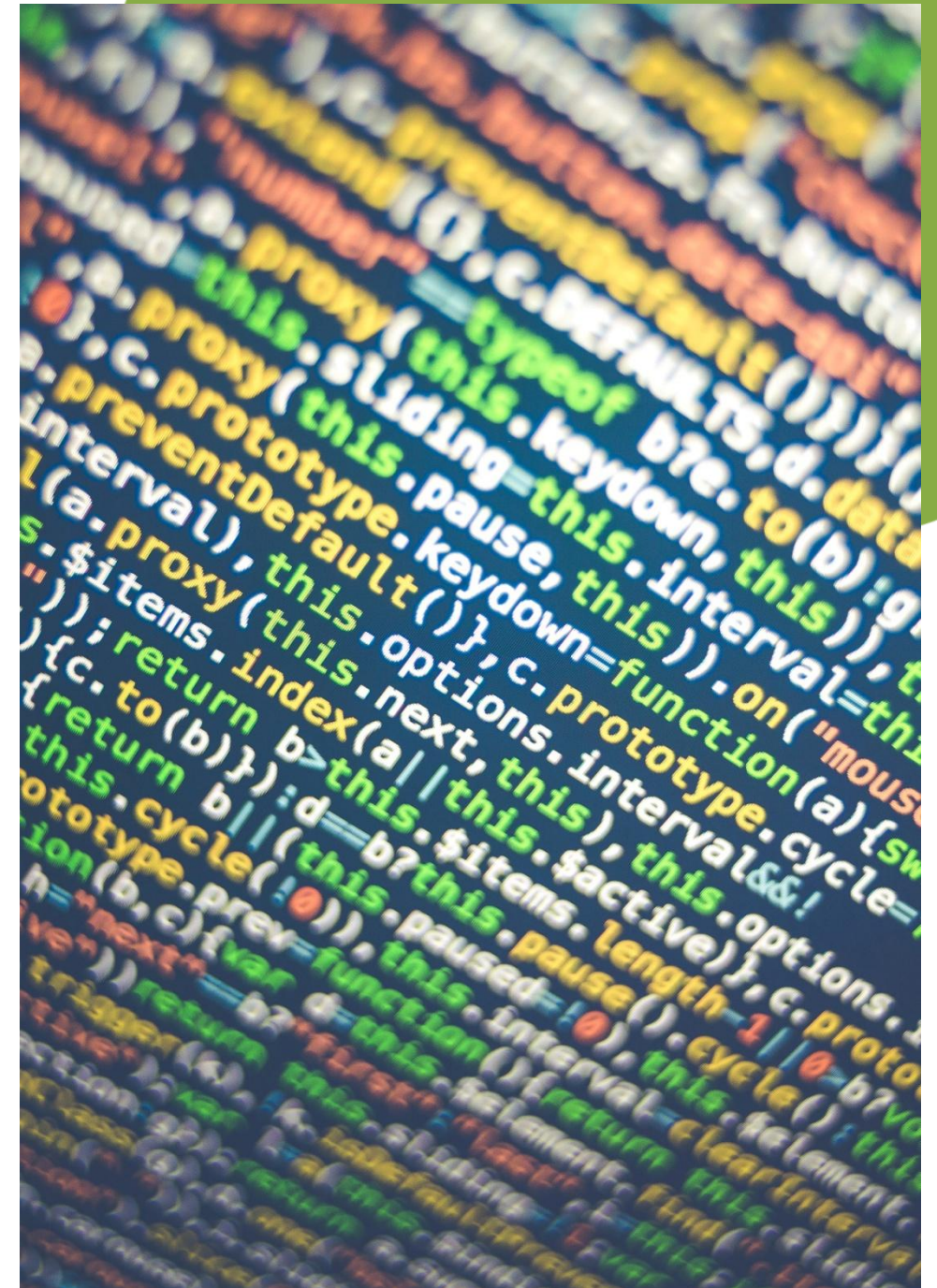


[Markus Spiske](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Big Dataren onurak retailen.

Big Datak biltzen dituen hiru datu-mota daude:

- Lehenengoa EPOS datuak dira. Dendan bildutako datuak dira, kutxatik pasatzean artikulu bat eskaneatzen denean. Horrela, honako datu hauek biltzen dira:
 - Saldutako gaiak
 - Saldutako gaien prezioa
 - Transakzioen orduak, etab.
- Bigarrena paneleko datuak izango lirateke. Datu horien berri emango dute, hala nola kontsumitzaileen adina, diru-sarreraren maila eta beste datu demografiko batzuk. Normalean, datu horiek Nielsen bezalako estatistika-agentziek ematen dituzte.
- Hirugarrena, zordunketa- edo kreditu-txartelak eta fideltasun-txartelak erabiltzeagatik bildutako datuak dira. Erabiltzaileek marken sare sozialetan egiten dituzten bilaketetatik ere ateratzen dira datuak. Adibidez, dieta edo produktu jakin batekiko interes handia hautematen bada, Big Data erabiltzen duten supermerkatuek bilaketa horietako produktu izarren stocka handituko dute.



[Markus Spiske](#) argazkia [Unsplash-en](#)



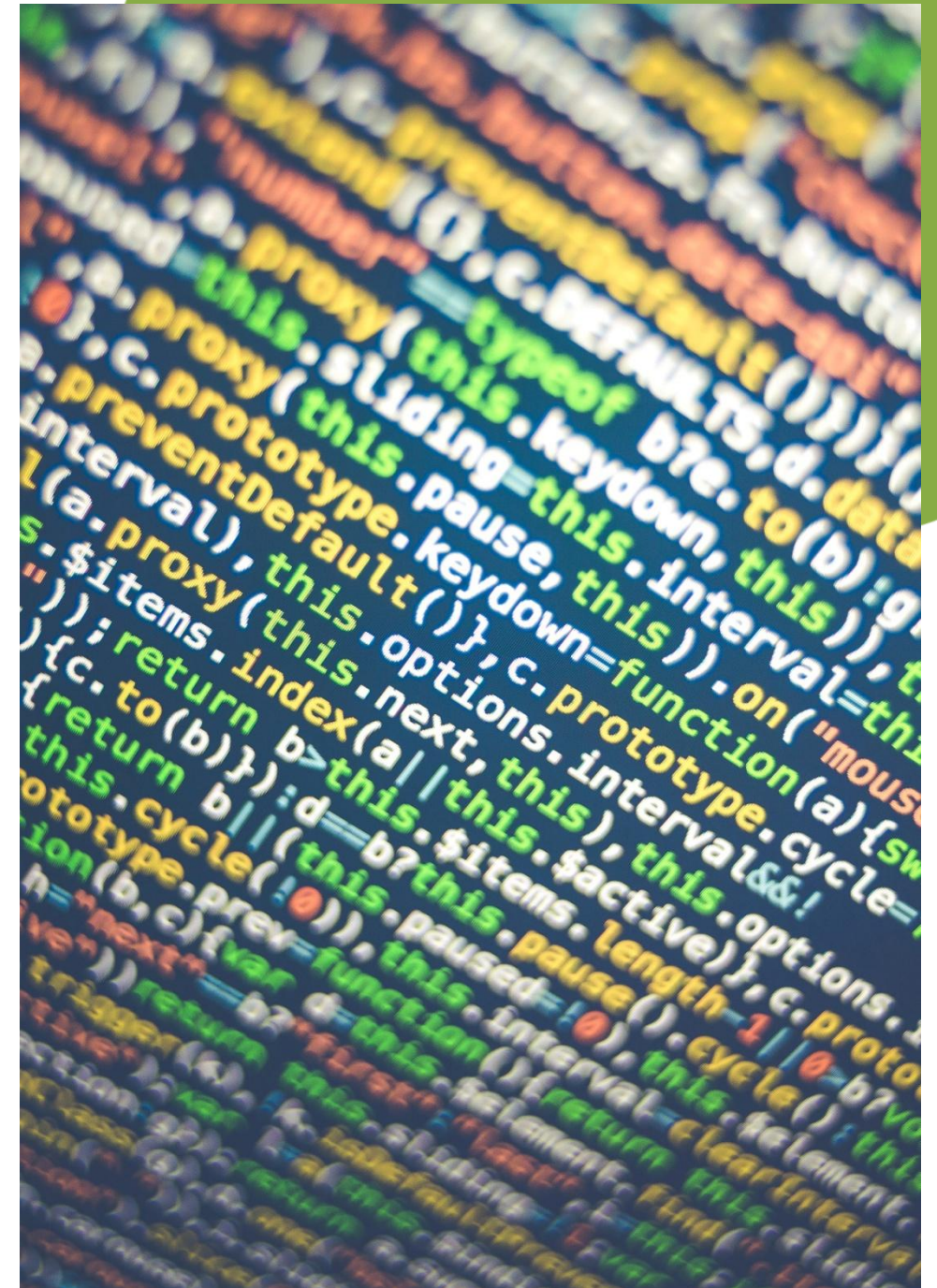
Big Dataren onurak retailen.

Datuen analisia jada aplikatzen zaie retaileko jarduera guztiei, hala nola inbentarioa optimizatzeari, prezioak modu dinamikoan egokitzeari, joerak biltzeari, establezimenduetako ilarak kudeatzeari edo dendak kokatzeari.

Konpainiek erabiltzen dituzten datuak iturri askotatik datoz, hala nola geolokalizazio-zerbitzuetatik, erosleen gizarte-sareetako jardueretatik edo denden barruko bideo-irudietatik.

Ezinbestean, datuen balio analitikoan eta giza begiaren eredu ikusezinak hautematean oinarritutako negozio-eredu baterantz goaz.

Adituek analisi prediktiboko teknologiak deritzotenean oinarritutako negozioa da, hala nola bezeroei produktu berriak gomendatzen dizkieten algoritmoak, promozioak eta eskaintzak pertsonalizatzen dituztenak, historialaren edo nabigatzeko ohituren arabera, edo erosleek beren korridore eta apalategietan egiten duten ibilbidearen arabera generoa denda kokatzea ahalbidetzen duten soluzioak.

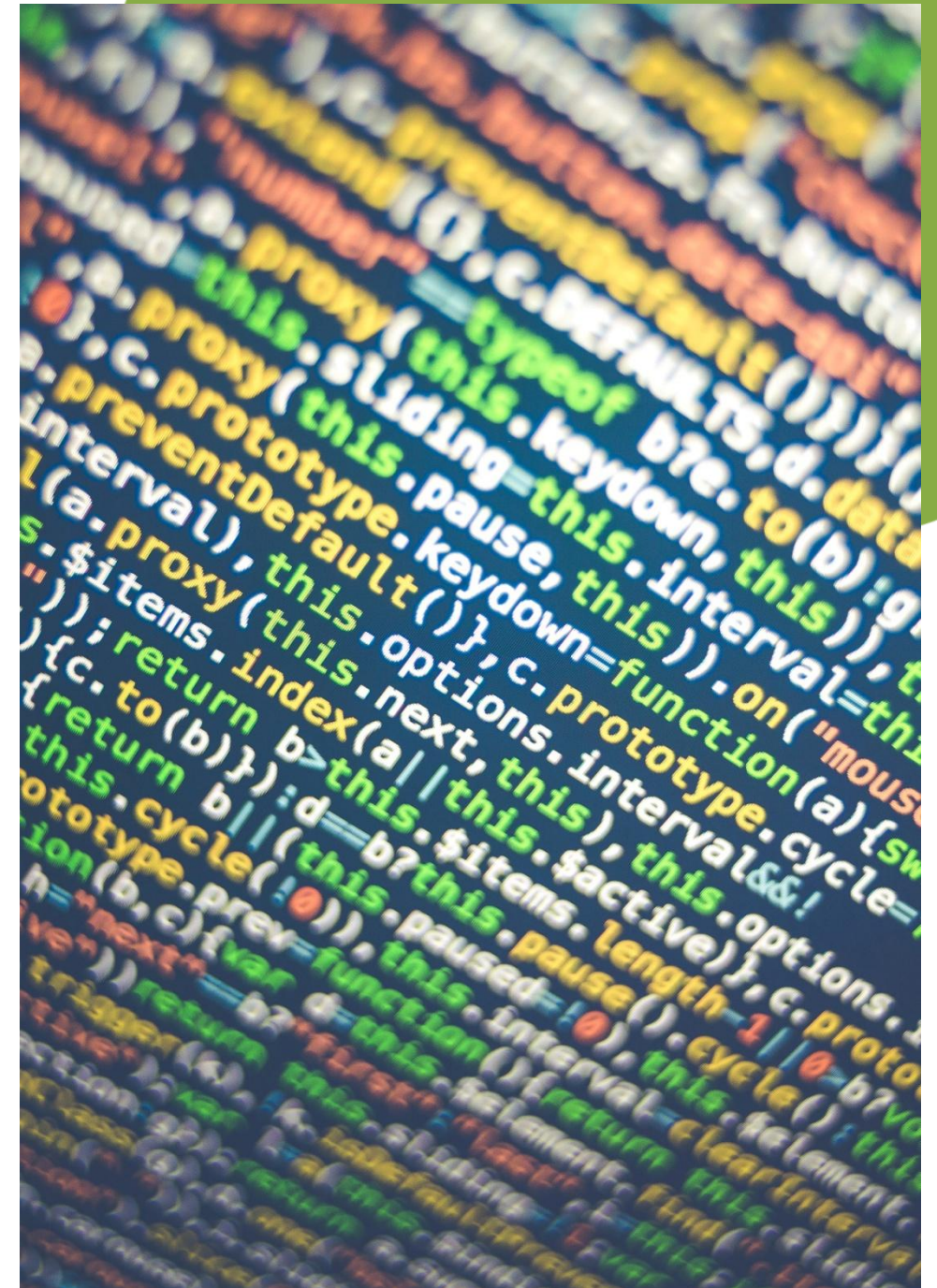


[Markus Spiske](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Big Dataren onurak retailen.

Retail sektoreak hainbat aldaketa ezarri ditu Big Data motor bidezko kudeaketa-softwarearen erabilerari esker. Hona hemen horietako batzuk:

- Produktuen kokapena. Produktuen banaketa hobetu egin da establezimenduetan. Funtsezko elementua da kontsumitzaileek denda osoa eta denbora gehiagoz zeharkatzeko.
- Produktuen kategorizazioa. Parametro desberdinak jarraituz optimiza daiteke. Adibidez, etekinaren, salmenta-bolumenaren eta abarren arabera.
- Salmenten aurreikuspena. Datuen kudeaketari eta analisiari esker, salgai dagoen produktu baten eskaria zein izango den aurreikus daiteke.
- Inbentarioa kudeatzea. Big Data retaila aplikatuz, produktuen hornidura-fluxua hobetu daiteke.
- Bezeroen fidelizazioa. Faktore hori aztertzea funtsezko estrategia da retail sektorean. CRM software batek gehien erosten dituzten bezeroak, haien lehentasunak, ohiturak eta abar identifika ditzake.

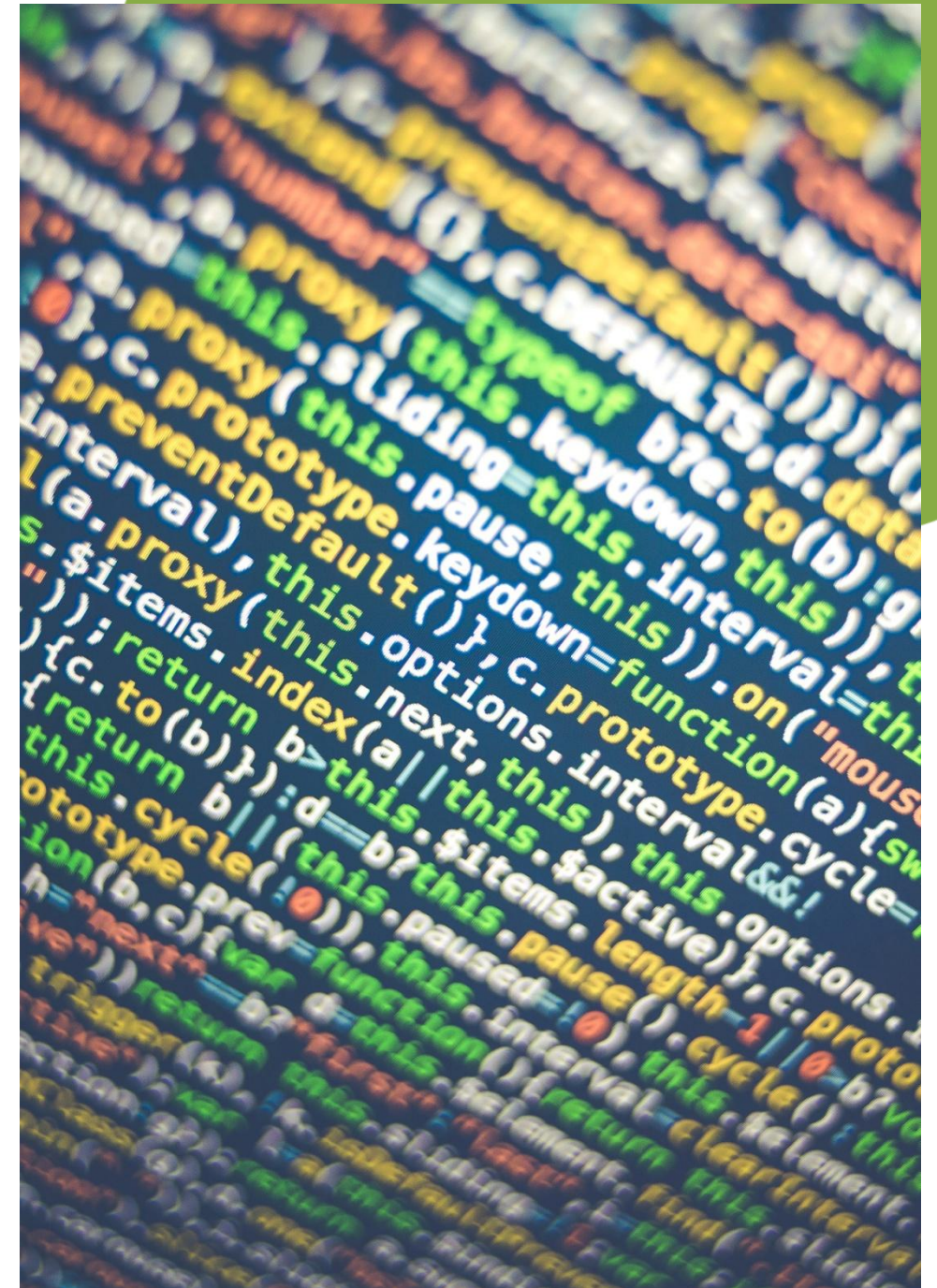


[Markus Spiske](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Big Dataren onurak retailen.

- Pricing-estrategia. Big Datak estrategiak optimizatzen laguntzen du, salmentak handitzeko eta emaitza hobeak lortzeko helburuarekin. Adibidez, erosketa handieneko eremuetan eskaintzak jarriz.
- Erosketa-saskia aztertzea. Bertan dago joerak detektatzeko, ohiturak aurkitzeko eta, batez ere, bezeroen portaera hobeto ulertzeko gakoa.
- Bezeroaren esperientzia. Funtsezkoa da bezeroak dendan duen bizipena hobetzea eta gogobetetzea. Big Data delakoari esker, arreta pertsonalizatua eskain daiteke, dekorazio, musika eta abarrekin.

Enpresa asko datuak biltzen ari dira haiekin zer egin jakiteko irizpide zehatzik gabe. Beste batzuek, berriz, badakite dituzten datuekin oso proiektu interesgarriak egin daitezkeela, negozioarako benetako balioa dutenak. Adibidez, bezero batek noiz utziko dion erosteari iragartzea (eta, beraz, lehiakideen irabaziak handitzea). Ez da hutsala. Ezagutza horretatik eratortzen diren marketin-estrategien eraginkortasuna agerikoa da.



[Markus Spiske](#) argazkia [Unsplash-en](#)

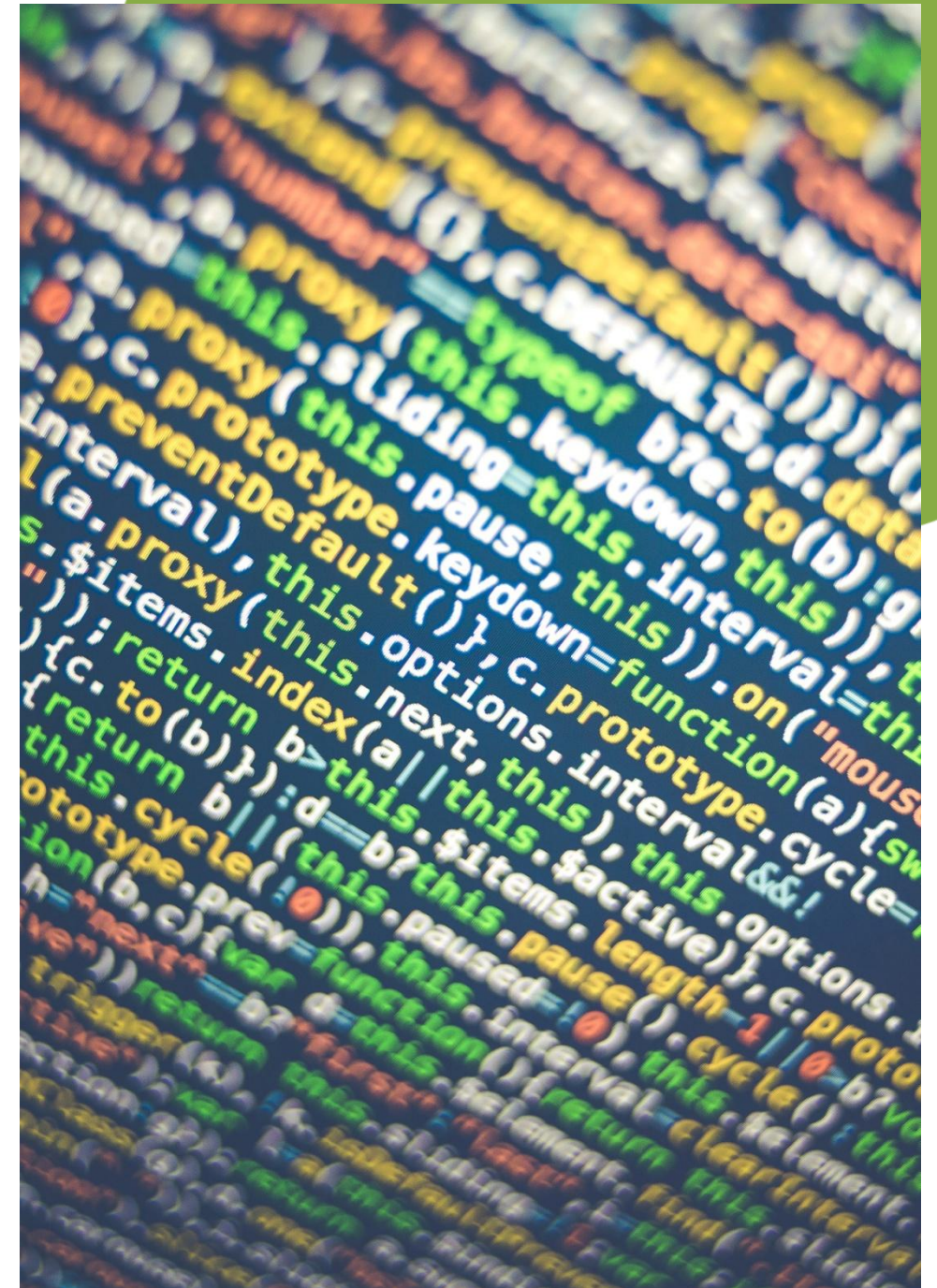
Big Dataren onurak retailen.

Enpresa batzuek arazoak dituzte Big Data irtenbideak aplikatzeko beren negozioan. Hori konpontzeko, Smartme Analytics bezalako enpresak sortu dira. Hiru urte daramatza erabiltzaileen datuak biltzen, haien baimenarekin, beren lehentasunak eta ohiturak luparen azpian jartzeko.

Teknologia honek aplikazio baten bidez kontsumo digitaleko 100.000 profil inguruko informazioa biltzen du: zein gunetara joaten diren, bisitatzen dituzten webguneak, deskargatzen diren app-ak.

Hori bai, betiere anonimotasuna errespetatuz Enpresak martxoaren amaieran itxiko du finantza-urtea, eta milioi euro inguruko fakturazioarekin amaitzea aurreikusten du.

Laburbilduz, Big Datak eskaintzen dituen negozio-helburuen hobekuntzak oso esanguratsuak dira retailaren sektorean. Lehen Interneteko handiek bakarrik egin zezaketena (Google, Facebook, Amazon, etab.), orain guztion eskura dago.



[Markus Spiske](#) argazkia [Unsplash-en](#)

Bibliografia

- **Matteo Allievi (El País, 2022)** *'Big data' para rastrear a consumidores digitales*. 2022ko martxoaren 31n hemendik berreskuratua: <https://elpais.com/economia/negocios/2022-03-22/big-data-para-rastrear-a-consumidores-digitales.html>
- **CAAD (2020)** *Cómo aprovechar el big data en retail*. 2022ko martxoaren 31n hemendik berreskuratua: <https://www.caad-design.com/como-aprovechar-el-big-data-en-retail>
- **Jordi Navarro (Claverdata, 2022)** *Big Data y retail: cómo mejorar los objetivos de negocio*. 2022ko martxoaren 31n hemendik berreskuratua: <https://cleverdata.io/big-data-retail>
- **Isabel Rubio (2020)** *'Big data' o cómo los datos dan respuestas a las empresas*. 2022ko martxoaren 31n hemendik berreskuratua: https://elpais.com/economia/2020/04/15/actualidad/1586948343_945608.html
- **Fractalia (2015)** *¿Cómo ayuda el Big Data al sector Retail?* 2022ko martxoaren 31n hemendik berreskuratua: <https://fractaliasystems.com/como-ayuda-el-big-data-al-sector-retail>
- **J.I. Cabrera (Hablemos de empresas, 2019)** *El sector 'retail' ya ha descubierto el potencial del 'big data' con estos cinco casos*. 2022ko martxoaren 31n hemendik berreskuratua: <https://hablemosdeempresas.com/grandes-empresas/ejemplos-big-data-en-el-sector-retail>
- **E. Regevsky (Shopping Basket, 2021)** *Big Data en el sector Retail, maximiza su potencial*. 2022ko martxoaren 31n hemendik berreskuratua: <https://sbshoppingbasket.com/blog/big-data-sector-retail-maxima-potencial>
- **Upicus (2020)**. *Los beneficios del Big Data en retail*. 2022ko martxoaren 31n hemendik berreskuratua: <https://www.upicus.com/es/los-beneficios-del-big-data-en-retail>

Lotutako informazioa

- **Innovación con BigData en el sector retail:** <https://www.youtube.com/watch?v=Bzlim2re88A>
- **E-Book:** “Las 10 mejores estrategias de Big Data en el sector Retail”. https://cdn2.hubspot.net/hub/239039/file-1955764138-pdf/docs/%5BIC%5D_OFFER_-_EBOOK-_Las_10_mejores_estrategias_de_big_data_en_retail.pdf