

# Pridobivanje strank je lažje, če je jasno, za

**Izkušnje uredbe GDPR** Podjetja, ki poslujejo skladno z uredbo GDPR, so korak pred tekmeci, saj jim potrošniki precej

■ **Povečuje se tudi število potrošnikov, vključenih v programe zvestobe.**

■ **Potrošnik bi v zameno za svoje podatke rad prejel nadomestilo.**

■ **Uporaba podatkov je v poslu ključna za sprejemanje pravih odločitev.**

Miran Varga

Pred dvema letoma so si marketinški in prodajni strokovnjaki grizli nohte ob omembi Splošne uredbe o varstvu podatkov (GDPR). Skrbelo jih je, da se bodo potrošniki odrekli deljenju svojih podatkov, saj jim morajo podjetja razkriti, katere podatke o njih hranijo in kaj z njimi počno. Nekateri pa so opozarjali, da GDPR pravzaprav ničesar ne prepoveduje, saj le določa, da morajo podjetja potrošnikom jasno povedati, kako bodo uporabljeni njihovi osebni podatki.

**Strah je bil odveč**

A več kot leto in pol po uvedbi je jasno, da so podjetja, ki poslujejo skladno z uredbo GDPR, korak pred tekmeci, saj jim potrošniki veliko bolj zaupajo. »V iPROMu se zavedamo

pomembnosti varovanja zasebnosti osebnih podatkov potrošnikov in njihove neprecenljive vrednosti. Na prvo mesto postavljamo skladnost z zakonskimi smernicami in izpolnjujemo najvišje standarde varovanja zasebnosti. Svoje poslovne partnerje opozarjamo pomembnost gradnje lastnih podatkovnih silosov za ohranjanje konkurenčne prednosti, saj s tem ne delijo svojih podatkov s konkurenčnimi podjetji na trgu.« pravi Leon Brenčič, direktor odnosov z naročniki v podjetju iPROM.

Tudi poročilo družbe Capgemini Research razkriva, da je uredba GDPR podjetjem, ki so jo ustrezno implementirala, prinesla številne koristi. Potrošniki tem podjetjem bolj zaupajo, jim podeljujejo višje ocene in so na splošno z njimi bolj zadovoljni. Pridobivanje novih strank je lažje, saj podjetje pri potrošnikih uživa večji ugled, če jim jasno pove, za kakšne namene zbira in obdeluje njihove podatke ter predvsem na ta račun zagotovi boljše uporabniško izkušnjo oziroma bolj personalizirane izdelke in storitve.

Povečuje se tudi število potrošnikov, vključenih v programe zvestobe, število ciljanih uporabnikov v kampanjah in tudi tisto, za kar digitalne marketinške strokovnjake

pogosto šteje največ – število spletnih konverzij. Spoštovanje pravil o zasebnosti potrošnikov podjetjem očitno ne škoduje. Nasprotno, prinaša jim konkurenčno prednost pred podjetji, ki so uredbo spregledala.

**Podatki so zlato oziroma ugodnost**

Večkrat lahko slišimo, da so podatki nova nafta, novo bogastvo. Po tej logiki bi morali imeti vrednost tudi v oči potrošnika – mar bi ta v zameno za svoje podatke prejel nadomestilo. Čeprav ne finančnega, pa vsaj kakšno ugodnost. To se že dogaja tudi v praksi. Anketa podjetja RIS News je ugotovila, da bi več kot polovica ameriških potrošnikov podjetjem dovolila uporabo lokacijskih podatkov v zameno za posebne promocijske ponudbe. Številni potrošniki bi svoje podatke z veseljem delili v zameno za primerno nadomestilo kot popust ali nagrado.

Kaj pa je treba ponuditi potrošnikom, da se strinjajo z deljenjem svojih podatkov? V raziskavi podjetij Forrester Consulting in Loqate ugotavljajo, da bi šest od desetih ljudi podatke delilo za 10 do 30 odstotkov popusta ob nakupu, druge bi o tem prepričali šele popusti, višji od 40 odstotkov.



Podjetja in organizacije zbirajo o svojih uporabnikih zelo velike količine podatkov – in

Dotatne velike korake k monetizaciji podatkov uporabnikov obljublja tehnologije veriženja blokov. V »novem internetu«, ki bi temeljil na teh tehnologijah, bi se kaj lahko primerilo, da bodo v uporabi mikroplačila – za lastne objave na družbenih omrežjih bomo morali plačati manjšo vsoto, a če bodo te

objave vseč drugim uporabnikom in podjetjem, bomo tudi pridobili mikroplačila. »Tehnologija veriženja blokov – osnovna infrastruktura kriptovalut – omogoča, da podatke dojemamo kot digitalno sredstvo, ki ga je mogoče posedovati, izposojati in prodajati na nove načine. Ko naš denar postane poda-



## 22. Tehnološka konferenca Smart Com

Four Points by Sheraton Ljubljana Mons

1. april 2020

**NAPREDNE REŠITVE**

**ZA NOVO ERO**

**Zagotovite celovito kibernetško varnost in zanesljiva omrežja za neprekinjeno poslovanje**

21 Predavanj

7 Demo predstavitev

Mreženje

Kotizacije ni

www.smart-com.si



30 SMART COM

Organizator konference

Extreme Networks

JUNIPER Networks

NOKIA

NOZOMI Networks

RAPID7

TREND Micro

SOPHOS

WALLIX

VECTRA

VadeSecure

Reductive Email Defense

Tehnološki partnerji konference

# akaj podatki

bolj zaupajo



ji tudi obdelujejo. FOTO REUTERS

tek, tudi podatki postajajo denar,« dodaja Brenčič.

## Na podatkih temelječe poslovanje in oglaševanje

Uporaba podatkov je v poslu ključna za sprejemanje pravih odločitev. Te so vse redkeje subjektivne, saj napake stanejo ali pa so za podjetja

lahko celo usodne. Tudi marketinški strokovnjaki se vse bolj izogibajo naključnim odločitvam in zaupajo podatkom, ki jih vodijo na pravo pot. Odločanje »po občutku« zamenjuje utemeljitev na podatkih o potrošnikih, njihovih željah in navadah. Danes so podatki v oglaševanju zelo pomembni, saj le z njihovo uporabo in analizo ter ustrezno oglaševalsko tehnologijo podjetja lahko učinkovito oglašujejo – dostavijo pravo oglasno vsebino pravi osebi ob pravem času.

Čeprav se podatki in kreativnost zdijo popolnoma nezdružljivi, v marketingu najdejo skupno pot, še več, celo zmogovalno strategijo. »Podatki zagotavljajo vpogled in razumevanje ciljne skupine, zato marketing, ki temelji na podatkih, zagotavlja dolgoročno ustvarjanje dobrih rezultatov. V prihodnosti bodo zmogovale marketinške strategije, ki v središče postavljajo kupce in njihove potrebe. Prvi korak v tej smeri podjetja lahko naredijo s konsistentnim zbiranjem, obdelavo ter razumevanjem podatkov o svojih kupcih. Vključevanje podatkov ob uporabi ustrezne tehnologije zagotavlja doseganje dobrih rezultatov in uresničenje potenciala,« je sklenil Brenčič.

## PRENOSNIKI

### Prilahajo sveži ThinkPadi

Lenovo je z letnico 2020 že opremil več poslovnih prenosnikov iz družine ThinkPad. Ti prinašajo več zanimivih novosti, tudi stalno pripravljenost in povezanost prenosnika, ki se vede podobno kot pametni telefon, saj sistem v varčnem načinu ohranja vse povezave in opravlja sinhronizacijo. Pri tem je prenosnik hitro pripravljen na delo, uporabnik pa ga lahko zbudi tudi z glasovnim ukazom. Za stik s svetom in omrežji skrbita vmesnika WiFi 6 in CAT 16 WWAN, ki poskrbita za kar najhitrejša prenosa podatkov ter učinkovitejšo sodelovanje v oblaku od praktično kjerkoli. WiFi 6 je zasnovan tako, da ohranja optimalne hitrosti povezave v z brezžičnimi omrežji nasičenih okoljih, novi varnostni protokol WPA3 pa zagotavlja dodatno zaščito pred kibernet-skimi kriminalci. Hitrejši poslovni komunikaciji so namenjene tudi nove namenske tipke za

komunikacijska opravila, medtem ko vrsta funkcij in rešitev zagotavlja zasebnost uporabnika (zaslonka kamere, zaslonski filtri, IR-kamera, ki spremlja, ali kdo uporabniku kuka izza hrbta ...). **J. P.**

## SUPERRAČUNALNIKI

### El Capitan naj bi prebil mejo z exaflopov

Ameriška nacionalna uprava za jedrsko varnost je razkrila, kako zmogljiv bo njen novi superračunalnik. Gigant, imenovan El Capitan, bo nastal v Nacionalnem laboratoriju Lawrence Livermore, vgrajene pa bo imel osrednje in grafične procesorje družbe AMD, katerih skupna zmogljivost naj bi znašala več kot 2 exaflopov. Sistem, ki naj bi ga splavili na začetku leta 2023 in temelji na arhitekturi Shasta, utegne postaviti veliko svetovnih rekordov. Če bi bil pripravljen že danes, bi bil namreč zmogljivejši od naslednjih 200 najzmogljivejših računalnikov skupaj. **V. S.**



# Vemo, kdaj govorimo z boti?

**Umetna inteligenca** Ne človek – na drugi strani je lahko klepetalni stroj

Jože Polh

Klepetalni boti vse pogosteje uspešno prestanejo Turingov preizkus, da, tisti test, ki poskuša ugotoviti, ali je na drugi strani klepeta človek ali stroj. Dilema podjetij je, ali naj v času, ko nas stroji z vsako interakcijo lahko prepričajo, da so iz mesa in krvi, strankam povedo, da se pogovarjajo z algoritmi in programi.

Čeprav je klepetalnih botov v Sloveniji relativno malo, slovenščina je vendarle zelo poseben jezik, jih v tujini kar mrgoli. S pridom jih uporabljajo podjetja vseh velikosti, predvsem pa ponudniki spletnih storitev in spletni trgovci. Zakaj? Ker so cenejši od ljudi, pogosto pa najmanj enako učinkoviti. Algoritem je lahko vedno prijazen do stranke in jo po ustaljenih postopkih vodi do cilja – na primer nakupa ali izpolnitve obrazca.

## Po bota h knjigarstvu

Februarja je največji spletni trgovec Amazon, ki je že postavil pravnici imperij v oblaku, v svoj nabor oblaknih storitev dodal še eno. Ta utegne biti zanj nova kokoš z zlatimi jajci. Storitve v AWS (Amazon Web Services) sliši na ime Brand Voice in temelji na Amazonovi lastni tehnologiji prepoznavanja govora Polly. Storitve pretvorbe besedila v govor podjetjem omogoča sodelovanje z Amazonovimi inženirji in ustvarjanje edinstvenih glasov, izdelanih s pomočjo umetne inteligence.

V praksi to pomeni oblikovanje nove kategorije zvočne blagovne znamke, ki bo zanimala predvsem



Glasovni pomočniki postajajo nadgradnja spletnih storitev, na primer Amazonovih. FOTO REUTERS

podjetja, ki imajo množične stike s strankami. Ljudje si namreč posamezne glasove zapomnimo vsaj tako dobro kot odlične reklamne slogane. V dobi glasovnih pomočnikov – da, to so pametni zvočniki in pametni pomočniki v pametnih telefonih – je že zvok samega glasu nova zvočna blagovna znamka. Storitve Brand Voice stranka strankam AWS omogoča, da ustvarijo zvočno blagovno znamko z ustvarjanjem prilagojenega človeškega glasu, ki bo v pogovoru komuniciral prek storitev za stranke, na spletu ali po telefonu. Pa bi te morale to vedeti?

## Naj se bot predstavi?

Če vprašamo ljudi na ulici ali pa podjetja, ki omenjene tehnologije (še) ne uporabljajo, bodo skoraj vsi po vrsti zagovarjali razkritje. A praksa kaže drugače – skoraj nobeno podjetje ne razkrije, da uporablja klepetalne bote za stike s strankami in da so ti odlični prodajalci, uslužbenci v klicnem centru ali servisnem oddelku, ki stvari opravlja na daljavo. Je razkritje te informacije sploh pomembno? Bi se vedli drugače, če bi vedeli, da se z vami pogovarja stroj in vas vodi do rešitve?

POSLOVNI INFORMACIJSKI PROGRAM  
PANTHEON ENTERPRISE

## Ko je vse pod nadzorom, si upate več!

22 let neprecenljivih izkušenj • 60.000 uspešnih uporabnikov • 12 evropskih držav



### Vsestranski vpogled za popoln nadzor

Pregled nad celotnim poslovanjem omogoča hitre in zanesljive odločitve.



### Načrtovanje s samozavestjo

Uskladite strateške načrte s finančnimi in operativnimi rezultati.



### Investicija, ki izboljša produktivnost

Zmogljiv poslovni program olajša in pohitri delo ter optimizira produktivnost.

01 252 89 50 | prodaja@datalab.si | datalab.si



PANTHEON | Enterprise