

RODO RODEO



16



Wykorzystałem dane z książki telefonicznej do rozwoju mojego wakacyjnego biznesu.

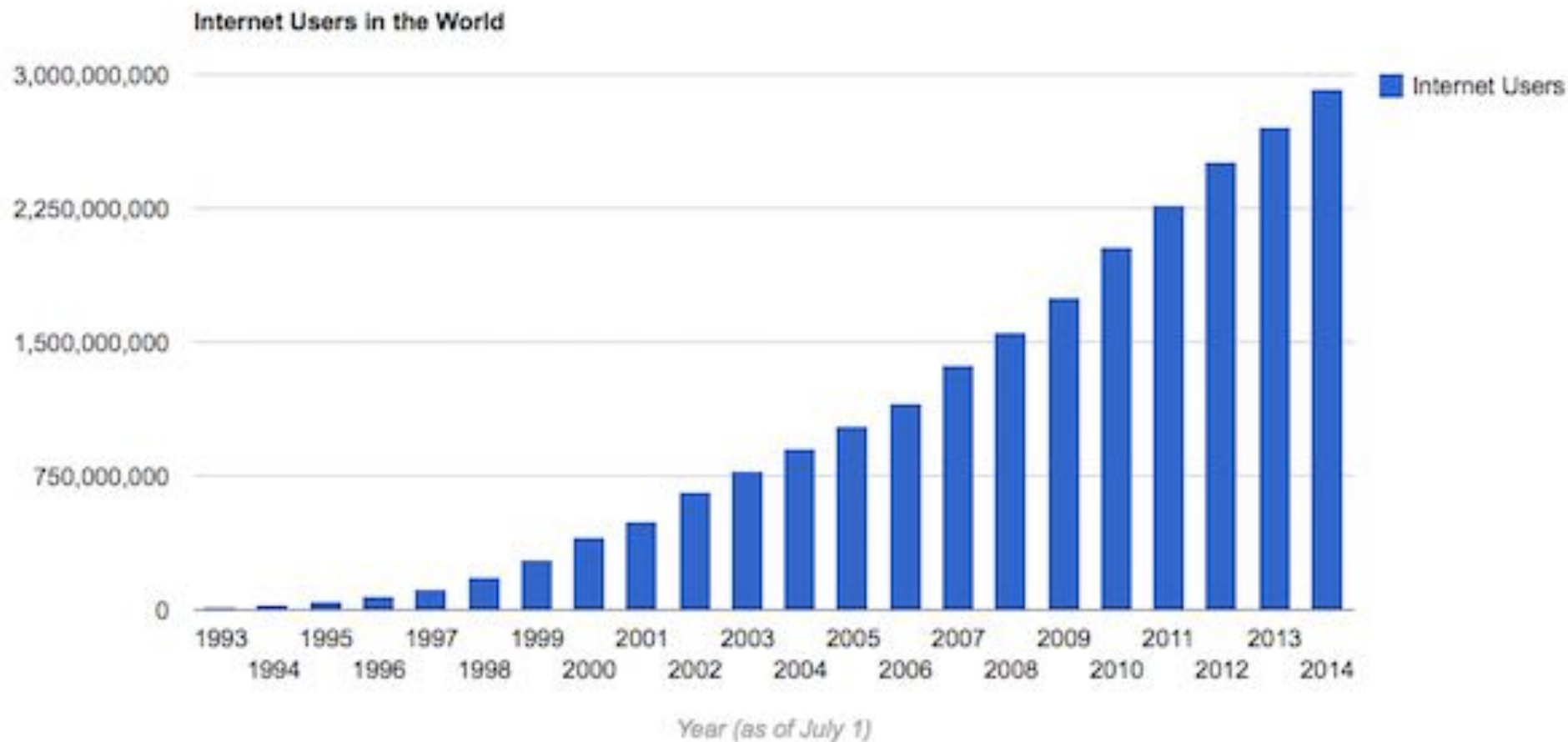


Wszystko kręciło się świetnie,
aż do pewnej rozmowy z dzielnicowym.

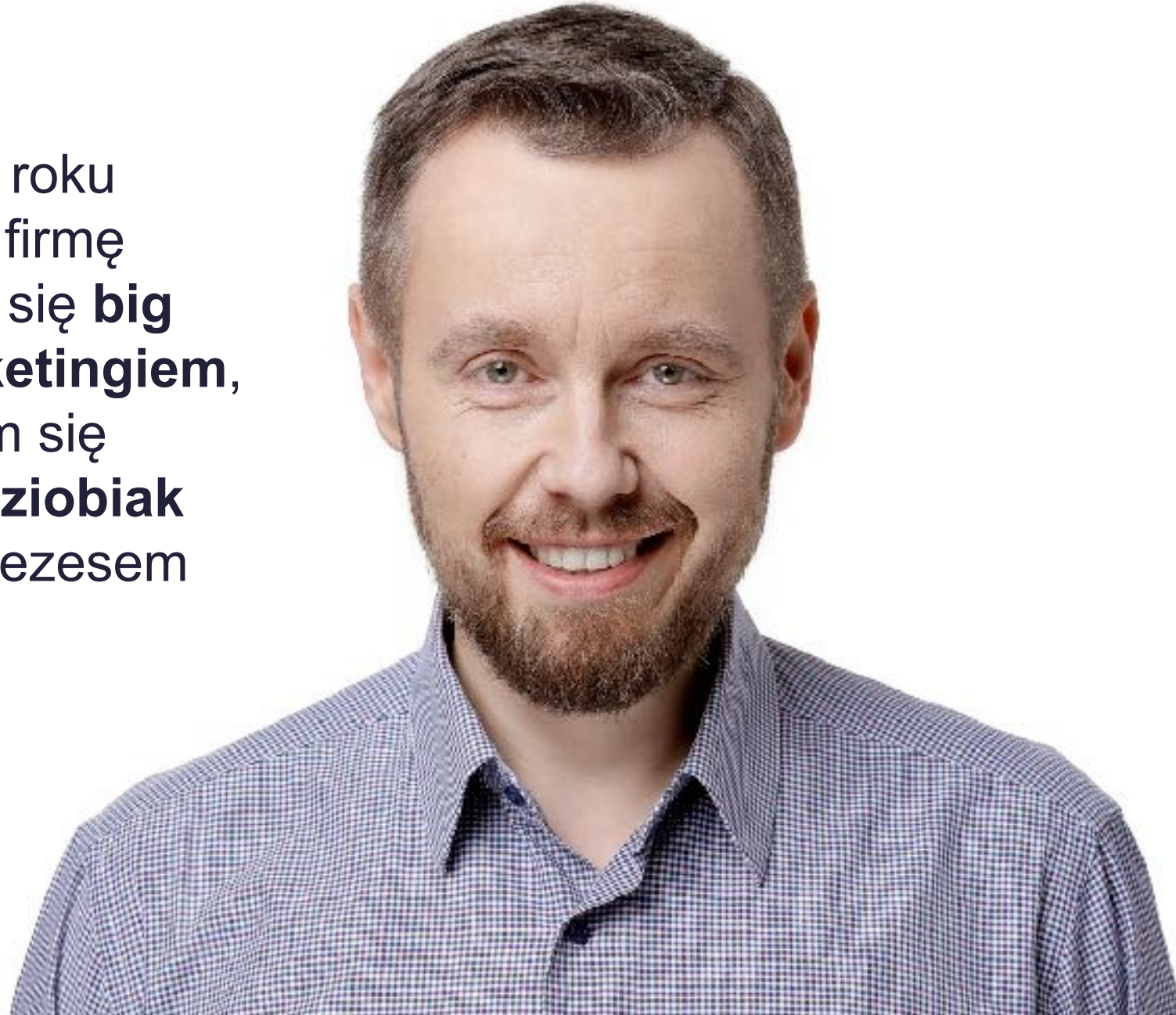
Dzięki rozmowie zrozumiałem, że

1. nie można przywłaszczać sobie ogólnie dostępnego zasobu
2. trzeba zdobyć zaufanie i przyzwolenie mojego odbiorcy

Czas mijał



Ja w 2013 roku
założyłem firmę
zajmującą się **big
data marketingiem**,
a nazywam się
Tomasz Dziobiak
i jestem prezesem
zarządu.



- **Marketing Efektywnościowy** korzystający z różnych kanałów
- Data Consulting
- Lead Generation

DBMS w liczbach ad. 2017



155 000 000

wysyłek e-mail i SMS
miesięcznie



20 000

zrealizowanych
kampanii
internetowych w II H
2017 roku



10 000

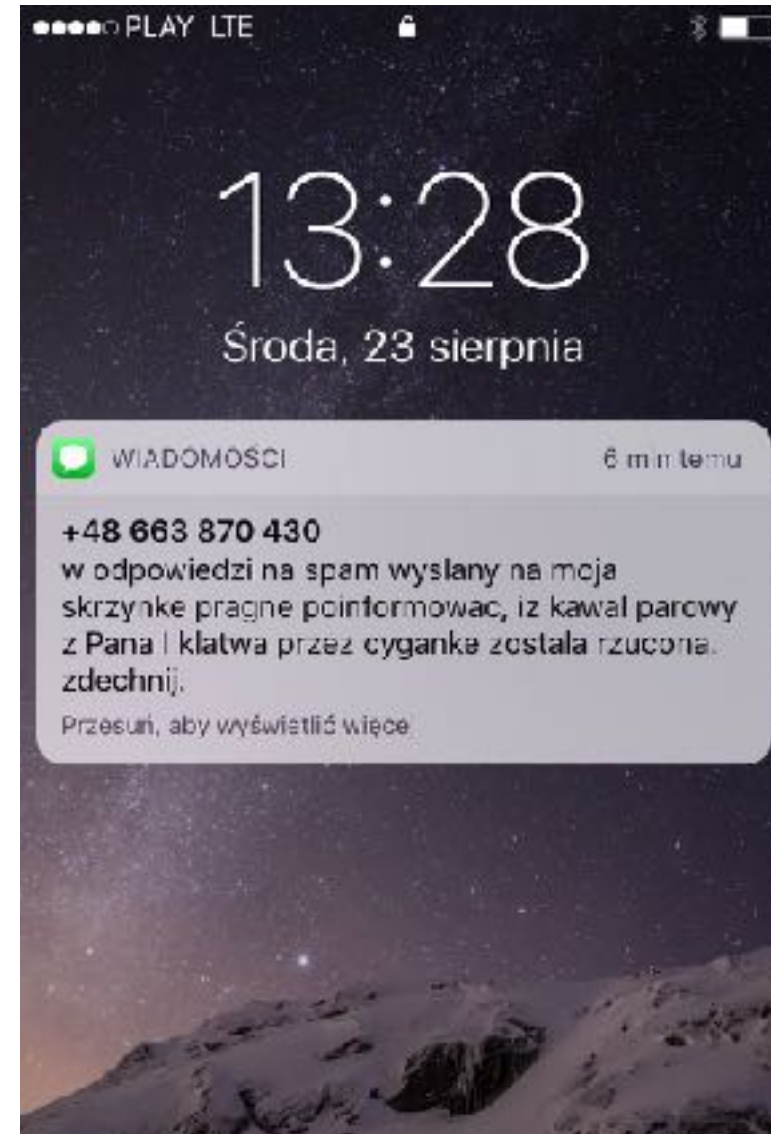
Przygotowanych analiz
do kampanii lead
generation



Ponad 1000

zadowolonych klientów

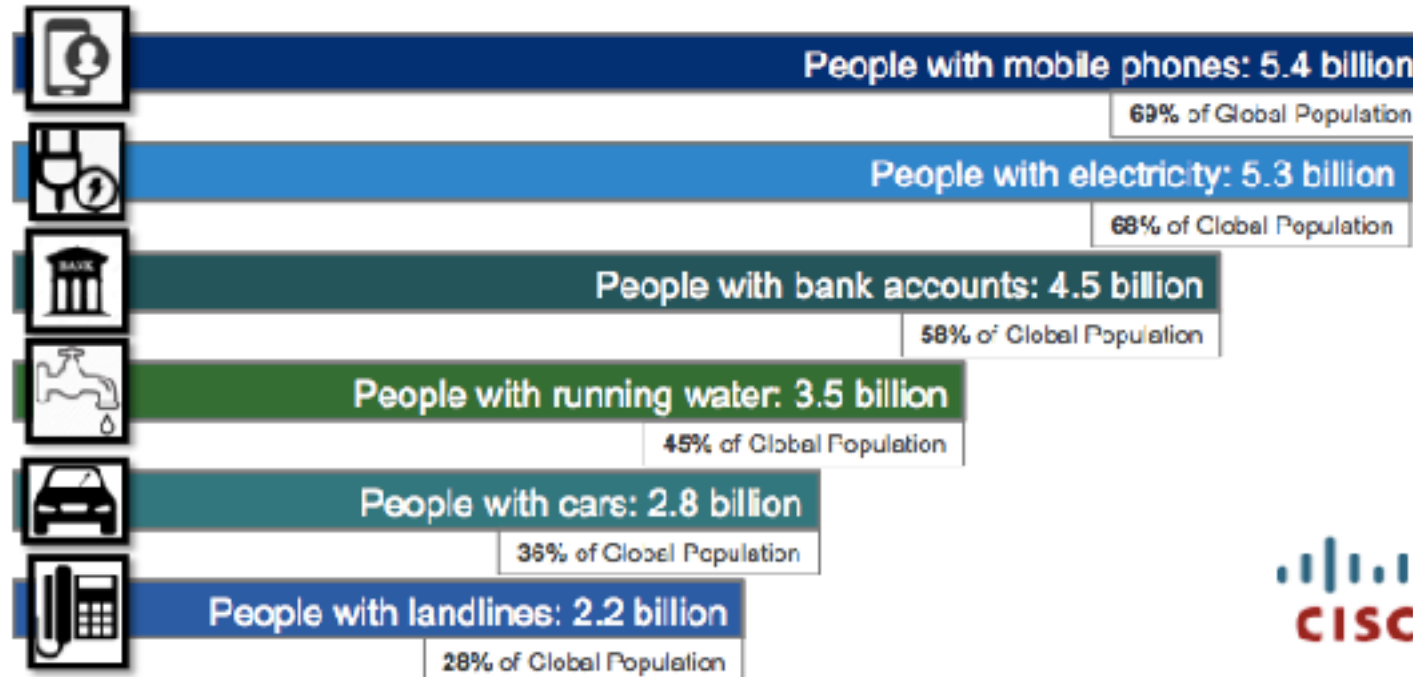
Popęłniamy też błędy,
których ocena jest najlepszym
motywatorem



Szczególnie, że w 2020 roku ...

Mobile Growth Continues Through 2020

By 2020, more people will have mobile phones than electricity at home





A wcześniej 25 maja 2018
rozpoczyna się RODO RODEO

5 dobrych praktyk
pracy z danymi
w marketingu i sprzedaży

**1.
Posiadaj aktualną
wiedzę na temat
pozyskiwanych
danych**



Czemu?



Niestety tylko 2% MSP potrafi zidentyfikować poprawnie, skąd biorą się dane w systemach obsługi i sprzedaży*.

70% przedsiębiorców nie wie, jak kwalifikować dane np. jako dane osobowe*.

Tylko 5% przedsiębiorców przyznaje, że bada jakość swoich danych*

WNIOSEK:

RODO daje **świetną okazję** do inwentaryzacji swoich zasobów danych i identyfikacji kluczowych informacji

** Badania własne DBMS Sp. z o.o. grudzień 2017*

Jak się do tego zabrać?

Przygotuj audyt wewnętrzny i sprawdź jak dziś przetwarzasz dane i skąd je pozyskujesz.



Co to da?

1. Określimy swój krwiobieg informacji o kliencie w firmie
2. Zidentyfikowane braki umożliwią dokonania optymalizacji w procesach obsługi i sprzedaży
3. Poznamy ryzyka związane z dostępem do danych, wyciąganymi dotychczas wnioskami oraz naruszeniami bezpieczeństwa danych.

**2.
Analizuj
zachowanie
klientów
i potencjalnych
klientów**



$$\frac{\partial L}{\partial Y} : dY = \frac{\partial L}{\partial Y} : \mathcal{L}(dX) \triangleq \mathcal{L}^* \left(\frac{\partial L}{\partial Y} \right) : dX \Rightarrow \mathcal{L}^* \left(\frac{\partial L}{\partial Y} \right) = \frac{\partial L \circ f}{\partial X} \quad p(I_i | B_i) = p(I_{\Lambda_{B_i}}, I_{\bar{\Lambda}_{B_i}} | B_i) = p(I_{\Lambda_{B_i}} | B_i) p(I_{\bar{\Lambda}_{B_i}} | B_i)$$

$$L \circ f(X + dX) - L \circ f(X) = \frac{\partial L \circ f}{\partial X} : dX + \mathcal{O}(\|dX\|^2)$$

$$L(Y + dY) - L(Y) = \frac{\partial L}{\partial Y} : dY + \mathcal{O}(\|dY\|^2)$$

$$= p(I_{\Lambda_{B_i}} | B_i) q(I_{\bar{\Lambda}_{B_i}}) = q(I_{\Lambda}) \frac{p(I_{\Lambda_{B_i}} | B_i)}{q(I_{\Lambda_{B_i}})}$$

Proposition 1 (SVD Variations). Let $X = U\Sigma V^T$ with $X \in \mathbb{R}^{m \times n}$ and $m \geq n$, such that $U^T U = I$, $V^T V = I$, and Σ possessing diagonal structure. Then

$$U + \frac{\partial L}{\partial \Sigma} : d\Sigma + \frac{\partial L}{\partial V} : dV = (DV^T : dX - U^T D : d\Sigma - VD^T U \Sigma : dV) + \frac{\partial L}{\partial \Sigma} : (U^T dX$$

$$+ \frac{\partial L}{\partial V} : \{2V(K^T \circ (\Sigma^T U^T dXV))_{sym}\})$$

$$= DV^T : dX - \left(\frac{\partial L}{\partial \Sigma} - U^T D \right) : (U^T dXV)_{diag} +$$

$$+ \left(\frac{\partial L}{\partial V} - VD^T U \Sigma \right) : \{2V(K^T \circ (\Sigma^T U^T dXV))_{sym}\}$$

$$= DV^T : dX - \left(\frac{\partial L}{\partial \Sigma} - U^T D \right)_{diag} : (U^T dXV) +$$

$$+ 2V^T \left(\frac{\partial L}{\partial V} - VD^T U \Sigma \right) : (K^T \circ (\Sigma^T U^T dXV))_{sym}$$

$$= DV^T : dX - U \left(\frac{\partial L}{\partial \Sigma} - U^T D \right)_{diag} V^T : dX + \frac{\partial L \circ f}{\partial \Sigma} = 2\Sigma g'(\Sigma^T \Sigma + \epsilon I) V^T \left(\frac{\partial L}{\partial C} \right)_{sym} V$$

$$+ 2 \left(K^T \circ \left(V^T \left(\frac{\partial L}{\partial V} - VD^T U \Sigma \right) \right) \right)_{sym} : \Sigma^T U^T dXV$$

$$= DV^T : dX + U \left(\frac{\partial L}{\partial \Sigma} - U^T D \right)_{diag} V^T : dX +$$

$$+ 2U \Sigma \left(K^T \circ \left(V^T \left(\frac{\partial L}{\partial V} - VD^T U \Sigma \right) \right) \right) : \frac{\partial L}{\partial C} : dC = \frac{\partial L}{\partial C} : \left\{ 2(dVg(\Sigma^T \Sigma + \epsilon I)V^T)_{sym} + 2(Vg'(\Sigma^T \Sigma + \epsilon I)\Sigma^T d\Sigma V^T)_{sym} \right\}$$

$$- 2 \left(\frac{\partial L}{\partial C} \right)_{sym} : (dVg(\Sigma^T \Sigma + \epsilon I)V^T) + 2 \left(\frac{\partial L}{\partial C} \right)_{sym} : (Vg'(\Sigma^T \Sigma + \epsilon I)\Sigma^T d\Sigma V^T)$$

$$\frac{\partial L \circ f}{\partial X} = U \left\{ \left(\tilde{K}^T \circ \left(U^T \frac{\partial L}{\partial U} \right) \right) + \left(\frac{\partial L}{\partial \Sigma} \right)_{diag} \right\} U^T = 2 \left\{ \left(\frac{\partial L}{\partial C} \right)_{sym} Vg(\Sigma^T \Sigma + \epsilon I) \right\} : dV + 2 \left\{ \Sigma g'(\Sigma^T \Sigma + \epsilon I) V^T \left(\frac{\partial L}{\partial C} \right)_{sym} V \right\} : d\Sigma$$

$$Y_{k,c,\bar{c},\bar{y}} = \sum_{c=1}^c D_{k,c,\bar{c},\bar{y}} * G_{k,c}$$

$$= \sum_{c=1}^c A^T \left[U_{k,c} \otimes V_{c,\bar{c},\bar{y}} \right] A$$

$$= A^T \left[\sum_{c=1}^c U_{k,c} \otimes V_{c,\bar{c},\bar{y}} \right] A$$

$$d\Sigma = (U^T dXV)_{diag}$$

$$dV = 2V(K^T \circ (\Sigma^T U^T dXV))_{sym}$$

$$K_{ij} = \begin{cases} \frac{1}{\sigma_i^2 - \sigma_j^2}, & i \neq j \\ 0, & i = j \end{cases}$$

Let $\Sigma_n \in \mathbb{R}^{n \times n}$ be the top n rows of Σ and consider the block decomposition $dU = (dU_1 | dU_2)$, $\mathbb{R}^{m \times n}$ and $dU_2 \in \mathbb{R}^{m \times m-n}$ and similarly $\frac{\partial L}{\partial U} = \left(\left(\frac{\partial L}{\partial U} \right)_1 \mid \left(\frac{\partial L}{\partial U} \right)_2 \right)$, where $\left(\frac{\partial L}{\partial U} \right)_1 \in \mathbb{R}^{m \times n}$ and $\mathbb{R}^{m \times m-n}$. Then

$$dU = (C\Sigma_n^{-1} \mid -U_1 \Sigma_n^{-1} C^T U_2)$$

$$C = dXV - U d\Sigma - U \Sigma dV^T V$$

Consequently the partial derivatives are

$$\frac{\partial L \circ f}{\partial X} = DV^T + U \left(\frac{\partial L}{\partial \Sigma} - U^T D \right)_{diag} V^T - 2U \Sigma \left(K^T \circ \left(V^T \left(\frac{\partial L}{\partial V} - VD^T U \Sigma \right) \right) \right)_{sym} V$$

$$\frac{\partial L}{\partial Y} : dY = \frac{\partial L}{\partial Y} : \mathcal{L}(dX) \triangleq \mathcal{L}^* \left(\frac{\partial L}{\partial Y} \right) : dX \Rightarrow \mathcal{L}^* \left(\frac{\partial L}{\partial Y} \right) = \frac{\partial L \circ f}{\partial X} \quad p(I_{\Lambda_{n_i}} | B_i) = p(I_{\Lambda_{n_i}}, I_{\Lambda_{n_i}^c} | B_i) = p(I_{\Lambda_{n_i}} | B_i) p(I_{\Lambda_{n_i}^c} | B_i)$$

$$L \circ f(X + dX) - L \circ f(X) = \frac{\partial L \circ f}{\partial X} : dX - O(\|dX\|^2) \quad = p(I_{\Lambda_{n_i}} | B_i) q(I_{\Lambda_{n_i}^c}) = q(I_{\Lambda}) \frac{p(I_{\Lambda_{n_i}} | B_i)}{q(I_{\Lambda_{n_i}})}$$



$$U + \frac{\partial L}{\partial \Sigma} : d\Sigma + \frac{\partial L}{\partial V} : dV = (DV^T : \dots)$$

$$+ \frac{\partial L}{\partial V} : \dots$$

$$= DV^T : \dots$$

$$+ \left(\frac{\partial L}{\partial V} \right) \dots$$

$$= DV^T : \dots$$

$$+ 2V^T \dots$$

$$= DV^T : \dots$$

$$+ 2 \left(K^T \circ \left(U^T \frac{\partial L}{\partial U} \right) \right) \dots$$

$$= DV^T : \dots$$

$m \geq n$, such that $U^T U = I$, $V^T V = I$

$dU = (dU_1 | dU_2)$

where $\left(\frac{\partial L}{\partial U} \right)_1 \in \mathbb{R}^{m \times n}$ and $\left(\frac{\partial L}{\partial U} \right)_2 \in \mathbb{R}^{m \times (m-n)}$

$dU = \left(\frac{\partial L}{\partial U} - VD^T U \Sigma \right) : dU$

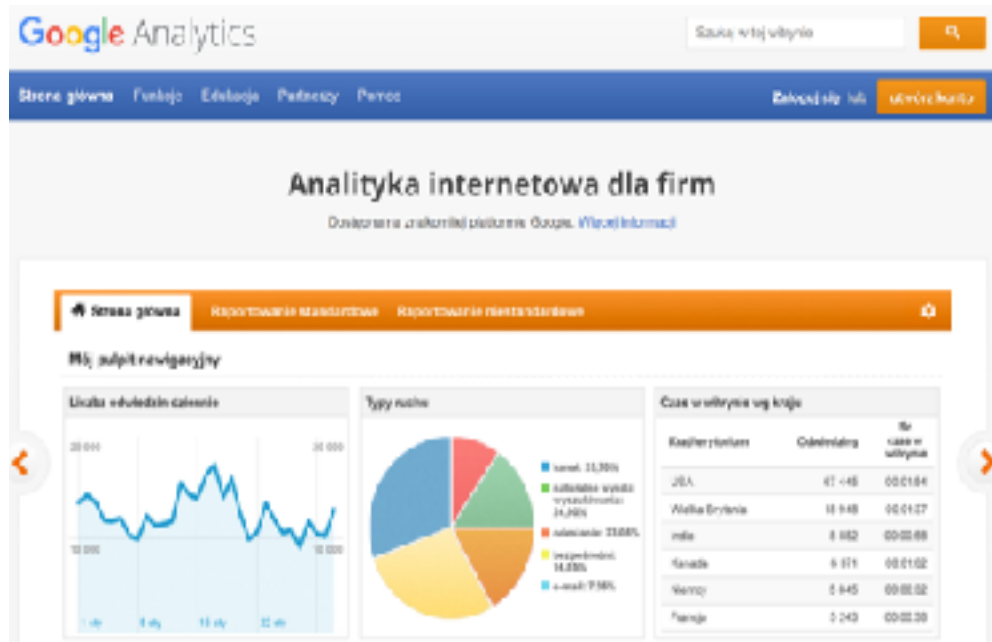
$$+ 2U \Sigma : \left(K^T \circ \left(V^T \left(\frac{\partial L}{\partial V} - VD^T U \Sigma \right) \right) \right) : dC = \frac{\partial L}{\partial C} : dC = \frac{\partial L}{\partial C} : \left\{ 2(dV g(\Sigma^T \Sigma + \epsilon I) V^T)_{sym} + 2(V g'(\Sigma^T \Sigma + \epsilon I) \Sigma^T d\Sigma V^T)_{sym} \right\}$$

$$= 2 \left(\frac{\partial L}{\partial C} \right)_{sym} : (dV g(\Sigma^T \Sigma + \epsilon I) V^T) + 2 \left(\frac{\partial L}{\partial C} \right)_{sym} : (V g'(\Sigma^T \Sigma + \epsilon I) \Sigma^T d\Sigma V^T)$$

$$\frac{\partial L \circ f}{\partial X} = U \left\{ \left(K^T \circ \left(U^T \frac{\partial L}{\partial U} \right) \right) + \left(\frac{\partial L}{\partial \Sigma} \right)_{diag} \right\} U^T = 2 \left\{ \left(\frac{\partial L}{\partial C} \right)_{sym} V g(\Sigma^T \Sigma + \epsilon I) \right\} : dV + 2 \left\{ \Sigma g'(\Sigma^T \Sigma + \epsilon I) V^T \left(\frac{\partial L}{\partial C} \right)_{sym} V \right\} : d\Sigma$$

<https://media.giphy.com/media/xT9DPz0PhxgyrzLg7S/giphy.gif>

Tymczasem, dziś analiza nie jest trudna

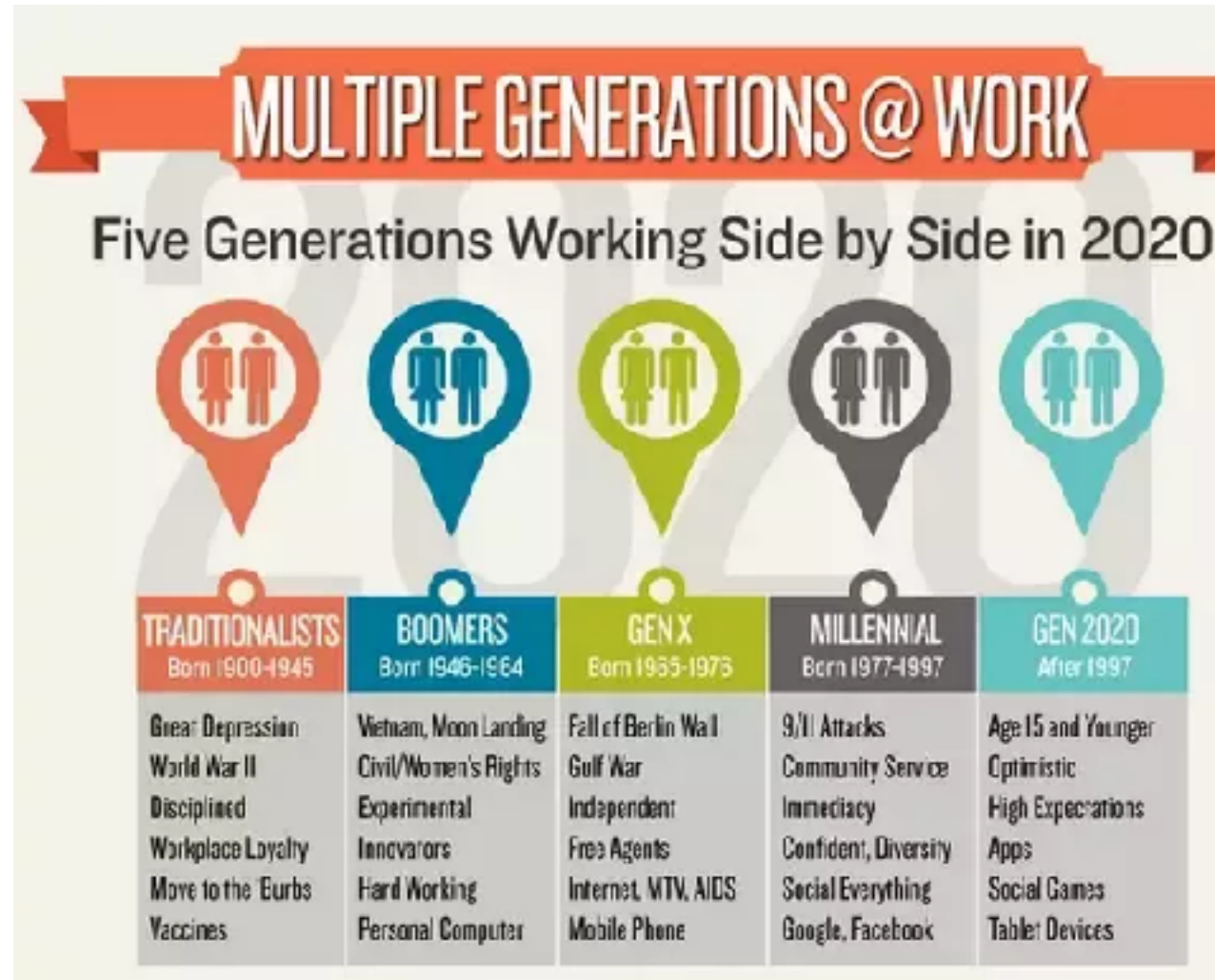


Analitka zachowań na stronie internetowej



Analitka wzmianek w social media

Tymczasem każdy z nas jest inny i ...



The New Marketing & Sales Funnel



Poza tym, zmieniły się zachowania zakupowe klientów

Jednakże musimy pamiętać o zasadach profilowania

Profilowanie oznacza dowolną formę zautomatyzowanego przetwarzania danych osobowych i wykorzystaniu tych danych do oceny niektórych czynników osobowych osoby fizycznej,



Co to da?

1. Znaczna szansa na efektywniejszego gospodarowania budżetem marketingowym
2. Właściwy dobór mediów
3. Odnalezienie przyczyn nieefektywności w lejku sprzedażowym

**3.
Badaj, jak twoja
organizacja
wykorzystuje
dane**



Zamiast sięgać po nowe potencjały skup się na konwersji obsługi

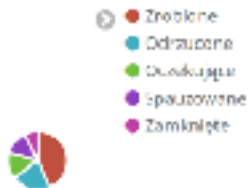
Hirmao - zadania - utworzenie rok



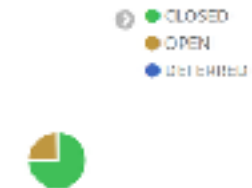
Hirmao - zadania - utworzenia data



Hirmao - status zadania



Hirmao - status grup zadania



Hirmao - typ zadania

typ zadania	ilość
Propozycja	261
Zapytanie Oferlowe Formularz	147
Przygotowanie Bazy	144
ZapytanieOfertowe	117
OkresleniePoleczaju	98
Total	879

Hirmao - Doradca - zadania



Określisz najskuteczniejszy kanał dotarcia

Dowiesz się, która cecha produktu jest najistotniejsza dla klientów

Odkryjesz długo klient podejmuje decyzję o zakupie twojego produktu

Pomożesz zespołowi skupić się na właściwych klientach

Wykorzystaj dodatkowe dane o zachowaniu klienta

- Rozpoznaj temperaturę zainteresowania potencjalnego klienta
- Podziel klientów na profile i grupy ze względu na ich zachowanie
- „Karm informacjami” nowego klienta
- Wyjdź do klienta tam gdzie on jest i ma problem do rozwiązania

Unifikacja powiadomień o nowych klientach

The screenshot displays a unified notification interface. At the top, there's a header with 'alerts_leads', a search bar, and the date 'Monday, February 5th'. Below the header, a 'Loading history...' message is visible. The main content area shows a list of notifications:

- CallPage** (APP) 1:42 PM: Widget #5492, Połączenie #1698569, Nowe zdarzenie! Numer telefonu: +48001220000. Status: Połączenie pomyślnie zakończone. Doradca: Anna Janik. Czas połączenia: 00:00:09. CallPage.pl | Feb 5th. Buttons: Zadzwoń, Więcej informacji.
- Intercom Notifications** (APP) 1:45 PM: Azure Spider from Gliwice sent a message to Tomasz Dziubiak. Content: witam.
- Mail** (APP) 3:07 PM: bestinfo.com.pl. Subject: BestInfo - formularz kontaktowy. From: Imię i nazwisko <kontakt@bestinform.pl>. Content: Gmail zapytania@bestinfo@gmail.com, MSC ID: 210.
- Mail** (APP) 5:39 PM: bestinfo.com.pl.

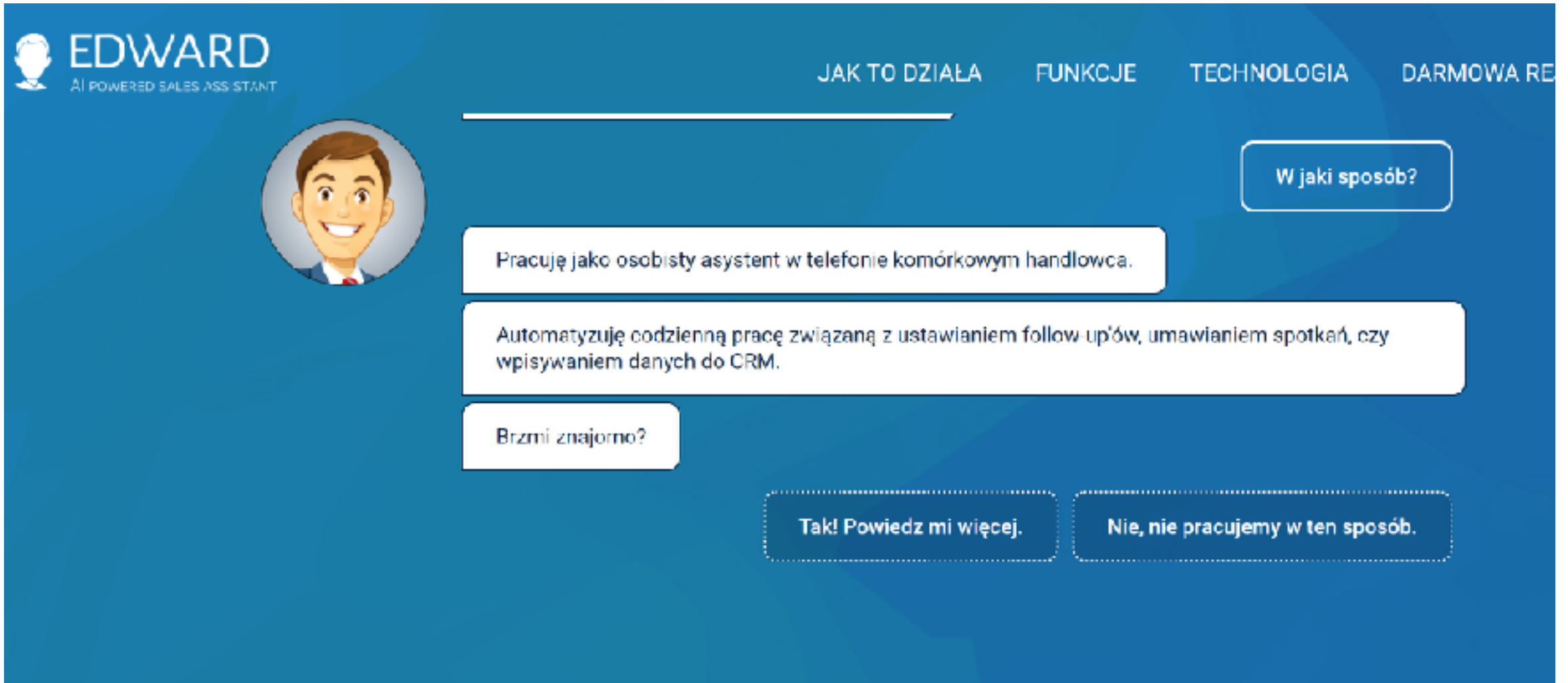
Integracja kanałów przychodzących pozwoliła podnieść konwersję sprzedaży z 15% do 30% na zamknięty deal.

Jednocześnie ograniczyliśmy budżet wydatków na adwords oraz Facebook ads do remarketingu tylko.

Skupiliśmy się na zasadzie FollowUp First.

Przeciwdziałamy zbieractwu leadów.

W codziennej pracy pomaga inteligentny asystent.



The screenshot shows the EDWARD AI-powered sales assistant website. The header includes the logo "EDWARD AI POWERED SALES ASSISTANT" and navigation links: "JAK TO DZIAŁA", "FUNKCJE", "TECHNOLOGIA", and "DARMOWA RE". A circular avatar of a smiling man is on the left. A white box contains the text "Pracuję jako osobisty asystent w telefonie komórkowym handlowca." Below it, another white box says "Automatyzuję codzienną pracę związaną z ustawianiem follow-up'ów, umawianiem spotkań, czy wpisywaniem danych do CRM." A white box asks "Brzmi znajomo?". A white button asks "W jaki sposób?". At the bottom, two dashed white buttons offer responses: "Tak! Powiedz mi więcej." and "Nie, nie pracujemy w ten sposób."

EDWARD
AI POWERED SALES ASSISTANT

JAK TO DZIAŁA FUNKCJE TECHNOLOGIA DARMOWA RE

W jaki sposób?

Pracuję jako osobisty asystent w telefonie komórkowym handlowca.

Automatyzuję codzienną pracę związaną z ustawianiem follow-up'ów, umawianiem spotkań, czy wpisywaniem danych do CRM.

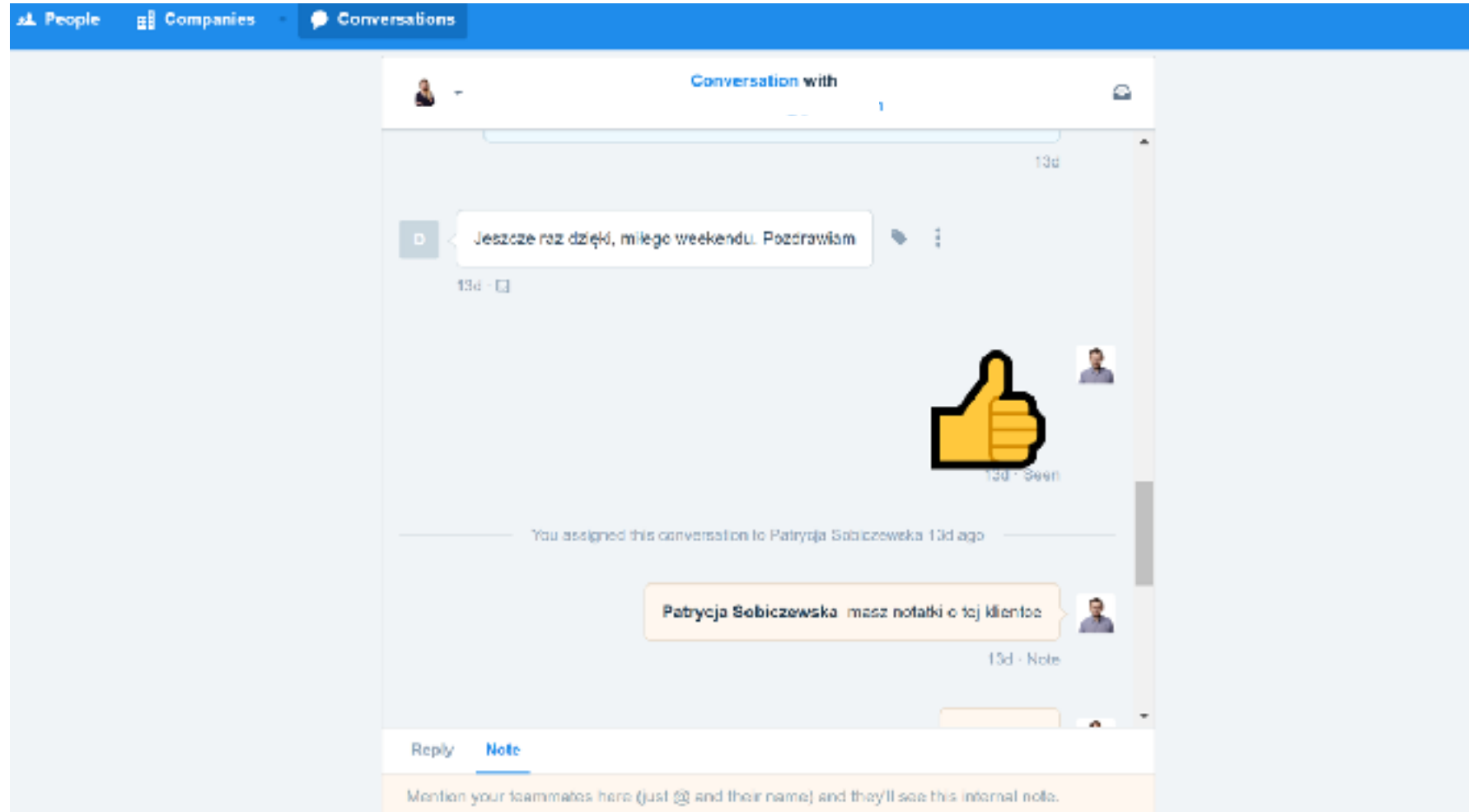
Brzmi znajomo?

Tak! Powiedz mi więcej. Nie, nie pracujemy w ten sposób.

**4.
Angażuj się
i angażuj klienta**



Szefie bądź częścią zespołu sprzedażowego



The screenshot displays a CRM interface with a blue header bar containing 'People', 'Companies', and 'Conversations'. The main window shows a 'Conversation with' header. A customer message from 'D' says 'Jeszcze raz dzięki, miłego weekendu. Pozdrawiam' (13d). A yellow thumbs-up emoji is placed over the message. A system message states 'You assigned this conversation to Patrycja Sobiczewska 13d ago'. Below, an internal note from 'Patrycja Sobiczewska' says 'masz notatki o tej klientce' (13d - Note). The bottom of the interface has 'Reply' and 'Note' tabs, and a footer instruction: 'Mention your teammates here (just @ and their name) and they'll see this internal note.'

Wykorzystuj treść twojej strony internetowej do angażowania klienta

⚡ Live auto messages to visitors (0)		f New auto message				
Message from GreenSender LIVE <ul style="list-style-type: none"> Current page URL contains greensender Time on current page is more than 120 seconds 	Małgorzata Rajca	294	12%	0%	—	2
15s na stronie LIVE <ul style="list-style-type: none"> Current page URL contains edbms Browser Language is Polish Time on current page is more than 15 seconds 	DBMS	2,056	8%	0%	—	4
10s, 3 podstrony LIVE <ul style="list-style-type: none"> Single page views for https://edbms.pl/ is more than 3 Browser Language is Polish Current page URL contains edbms Time on current page is more than 10 seconds 	Patrycja Sobiechowska	46	28%	0%	—	8
Koszyk LIVE <ul style="list-style-type: none"> Current page URL contains https://edbms.pl/cart/ Time on current page is more than 2 seconds 	Monika Drywulska	11	54%	0%	—	0
1min na stronie LIVE <ul style="list-style-type: none"> Browser Language is Polish Current page URL contains edbms Time on current page is more than 60 seconds 	DBMS	1,875	14%	0%	—	2

Wykorzystaj Social Media i bądź w miejscu gdzie mogą być twoi klienci

Grupa zamknięta

Informacje

Dyskusja

Członkowie

Wydarzenia

Filmy

Zdjęcia

Piki

Szukaj w tej grupie 🔍

Skróty

- Rozmowy o startup... 20
- Startup barter, czyli a... 1
- Growth Hacking Polska 1
- DataWorkshop 1
- PetBondCare
- Projekt zespołowy UL i ...
- Mazda Polska
- DBMS 2
- Discover the best yo... 2
- Flejm.pl 5

Mazda5 GH Polska

22 godz.

#Moduł#kupię moduł swiateł bez zapalania sie lamp do mazda 6 lift gg gy 😊

Lubię to! Komentarze

Łukasz... Moduł jak dobrze kojarzę to w 6 po lifcie nie ma modułu, tylko w IDS można go wyłączyć. Mówię oczywiście o M6 GH

Lubię to! · Odpowiedz · 21 godz.

It... Umieszni Do gg gy

Lubię to! · Odpowiedz · 21 godz.

Napisz odpowiedź...

Mazda5 GH Polska

1 znajomy · 857 członków

+ Dołącz

NetworkAdmins Polska

2350 członków

+ Dołącz

Osoby, które możesz znać

Zobacz wszystkie

Sławek Michalski

+ Dodaj znajomego

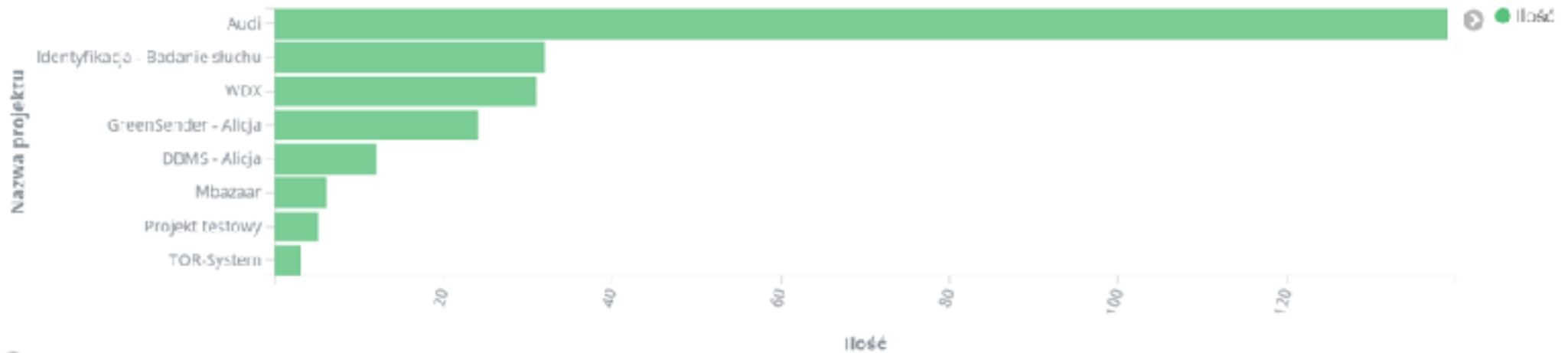
Krzysztof Białki

2 wspólnych znajomych

+ Dodaj znajomego

Polski · English (US) · Svenska pódka · Español · Português (Brasil)

Identyfikuj klientów na twojej stronie internetowej



**5.
Pozyskuj dane
tylko
z wiarygodnych
źródeł**



Różne metody pozyskiwania dają różne efekty

#DBMS	Marketing treści	Sieć afiliacyjna i wydawcy	Ankiety behawioralne	Koorejestracja i koosponsoring	Przejęcia zasobów
Zasieg					
Szybkość pozyskania					
Zaangażowanie odbiorcy					
Prawdopodobieństwo sprzedaży					
Typy pozyskiwanych danych	Cookie Imię, nazwisko nr tel adres e-mail metadane	Cookie Imię, nazwisko nr tel adres e-mail metadane	Cookie Imię, nazwisko nr tel adres e-mail metadane	Imię i nazwisko, nr tel lub adres e-mail	Bardzo szeroki zakres danych włącznie w to informacje o zakupionych produktach usługach lub sposobie ich wykorzystaniu

Pamiętajmy też, aby

- Wykonywać obowiązek informacyjny
- Dać zawsze i wszędzie możliwość usunięcia się z naszych zasobów potencjalnemu klientowi
- Jeśli zapyta co o nim wiecie podzielcie się tą informacją
- Nie ma sensu atakować klienta niechcianą komunikacją



Aby złapać RODO byka
za rogi. Podsumujmy...

Po pierwsze

DOBRE DANE
SĄ JAK
CEGŁY
POMOGĄ CI
ZBUDOWAĆ
RELACJE

03115

The advertisement features a man with a beard, wearing a dark suit jacket, a light blue shirt, and light-colored trousers, standing with his arms crossed. The background is dark with a teal glow around the man and the text. The text is in white and yellow, with 'DOBRE DANE' in yellow and the rest in white. The phrase 'SĄ JAK CEGŁY' is enclosed in a yellow square. The man's silhouette is outlined in teal, and there are yellow triangular patterns behind him. The number '03115' is in the bottom right corner.

Po drugie



ANALIZUJ
Z PERSPEKTYWY,
BO GDY PODEJDZIESZ ZA BLISKO
MOŻESZ NIC NIE ZOBACZYĆ

031'15

Po trzecie

TWOI
KLIENCI
TO NIE
REKORDY
W JAKIEJS
BAZIE
TO TWOI
PRACODAWCY



DZIĘKUJĘ

Tomasz Dziobiak

CEO DBMS sp zoo

tomasz.dziobiak@edbms.pl

tel: + 48 533 950 170

ul. Gwiazdzista 71 Warszawa

<https://www.facebook.com/edbms/>

https://twitter.com/e_dbms