

Zaczniij chodzić zanim zaczniesz skakać

Synergia Small Data i Big Data



PATRYCJA HERBOWSKA-TYTRO

KANTAR

Dedukcja badaczki

- 🔍 Ekspertyza w danym obszarze
- 🔍 Heurystyki
- 🔍 Small data
- 🔍 Hipotezy
- 🔍 Konkretnie wnioski
- 🔍 Decyzje strategiczne

Synteza analitika

- 🔧 **Specjalizacja**
- 🔧 **Dedykowane narzędzia**
- 🔧 **ML & AI**
- 🔧 **Big data**
- 🔧 **Nowe wzorce i scenariusze**
- 🔧 **Decyzje operacyjne**
- 🔧 **Wdrożenia procesowe**

Osobne uniwersa

Zorientowane na korelacje
Spojrzenie w przód

Zorientowane na przyczynowość
Spojrzenie wstecz

Big data

Small data

Liczne
Zmienne
Różnorodne
Nieustrukturyzowane

Jakościowe
Stabilne
Jednolite
Ustrukturyzowane

Zderzenie galaktyk

Big data konsumenckie pod reżimem badawczym

Techniki small data zaadoptowane do AI i ML

Metody uczenia GenAI na small data

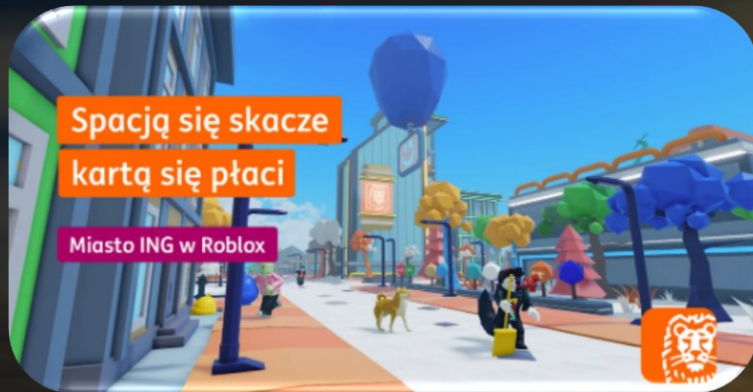
Augmentacja small data o dane syntetyczne i dane digital

Modele predykcyjne z wykorzystaniem small data

Kosmiczny popyt
Zasięg bez granic
Supernowa okazja

Marka – gwiazda
Media na orbicie sukcesu
Kreacja z innej galaktyki

Kosmiczny popyt



Zasięg bez granic

Small data

Segmentacja konsumentów
Profil psychograficzny

Osoby 50+ w Polsce:
14,2 mln
47% >1750zł na osobę

Big data

Odtworzenie segmentacji CRM
Nadzorowane ML
Profil Social Media
Digital twin

Źródła przyjemności:

Dobre jedzenie: 67%
(+7pp)

Słodycze: 57% (+2pp)

Dbanie o wygląd

zewnątrzny:

54% kobiet (+4 pp)

Upiększanie domu: 40%
(+3pp)

Zachowania zakupowe:

% kupujących

Wydatki na kategorie

CLTV

Ponowny zakup

Zasięg bez granic

Small data

Segmentacja potrzeb

Osoby 50+ w Polsce:
76% niezrelaksowanych i źle znośzących stres

Big data

Ewaluacja zgodności contentu z pozycjonowaniem marki
Narzędzia AI

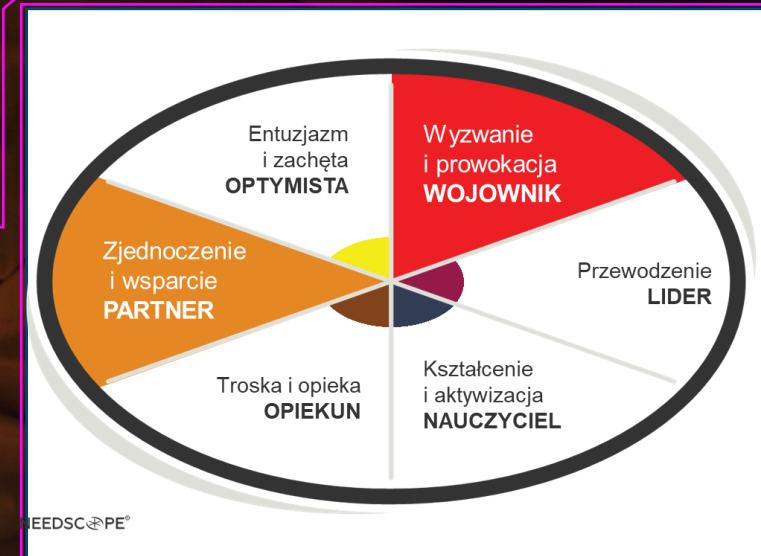
Warto:

Być ubezpieczonym na każdą sytuację:

75% (+4pp)

Więcej zapłacić za produkty dobrej jakości:

69% (+4pp)



Supernowa okazja

Small data

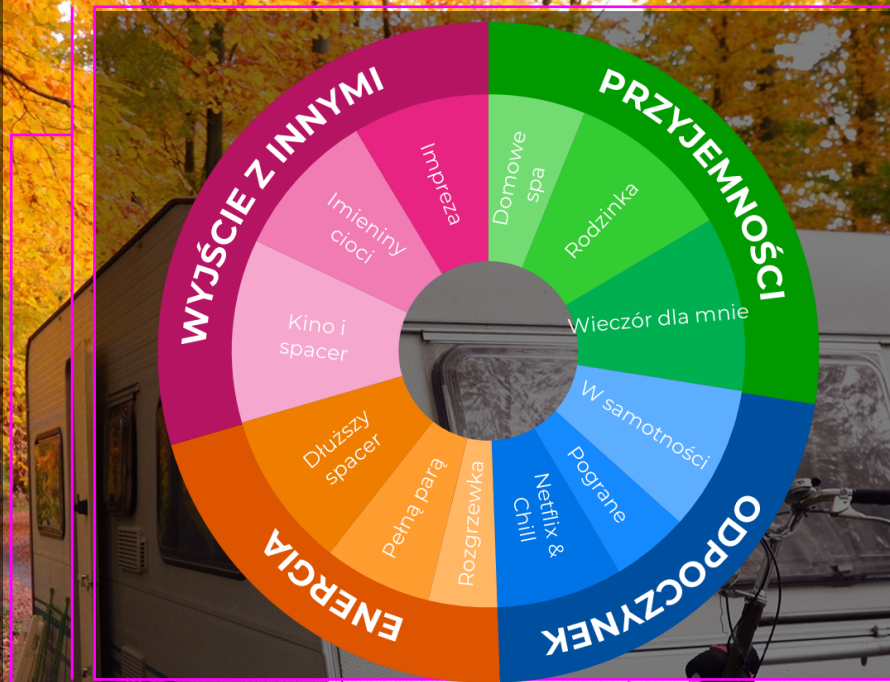
Qual/Etno i segmentacja okazji

Marki zawsze obecne przyciągają
7x więcej kupujących
2/3 konsumentów ma swoje
nawyki od >5 lat lat

Big data

Okazje wspomniane w Social Media

Narzędzia AI



co

Z KIM

„Uwielbiam camping i
whisky przy ognisku,
sam ze sobą, na
dobry **początek**
weekendu”

KIEDY

Supernowa okazja

Small data

Ewaluacja konceptów

Predykcje AI

Gen AI

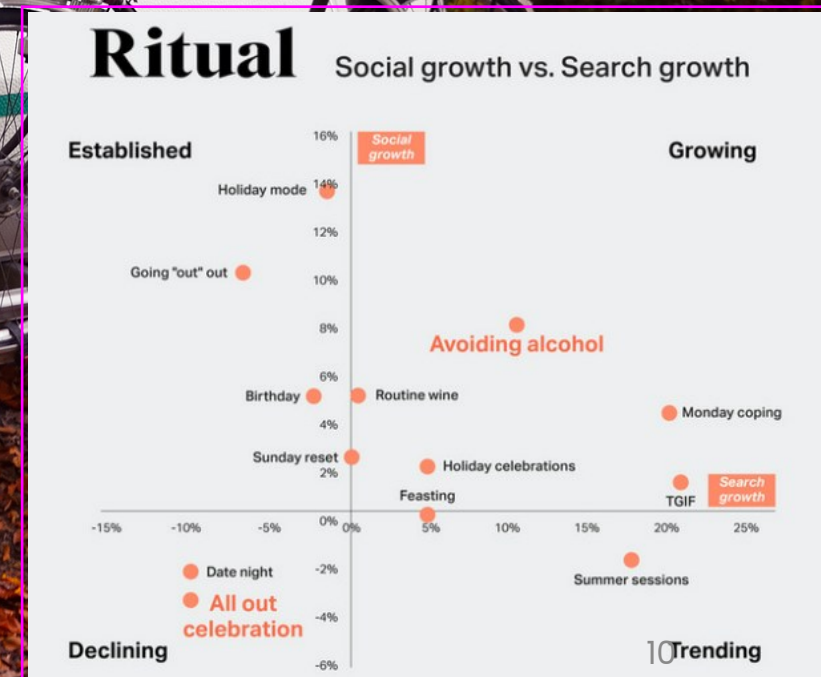
7/10 konsumentów jest otwartych na nowe rytuały
66% wzrostu Non-buyers
25% wzrostu Light buyers

Big data

Trendy i zainteresowania

Narzędzia AI

Źródło: WARC, Kantar



Marka – gwiazda



Media na orbicie sukcesu

Small data

Cele wizerunkowe wobec taktyk digital

Wpływ taktyk digital na siłę marki
>50% Usługi
>30% FMCG

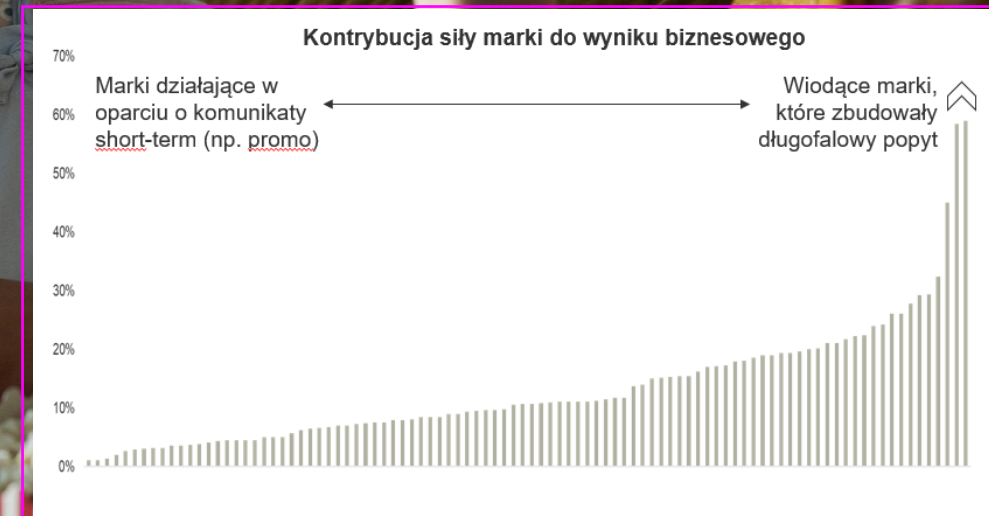
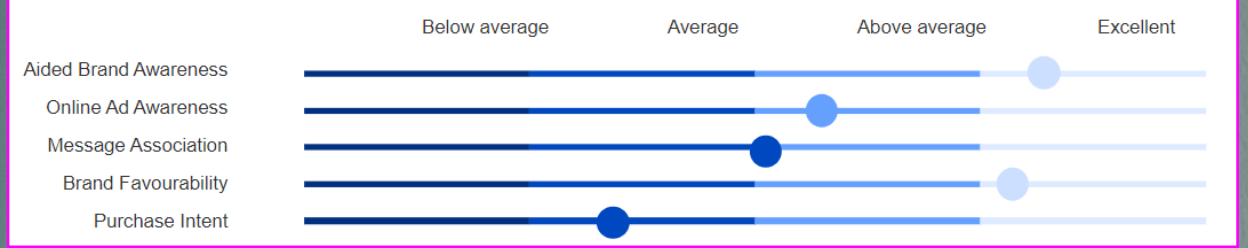
Big data

Integracja wskaźników marki w modelowaniu MMM

Narzędzia AI

Wpływ siły marki na rentowność mediów
x20 w 2023 vs x16 w 2014

Źródło: Kantar, WARC



Media na orbicie sukcesu

Small data

Tracking marki

Narzędzia AI

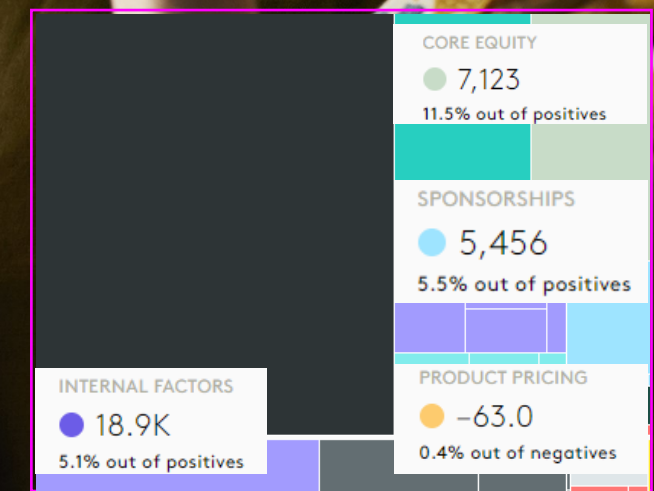
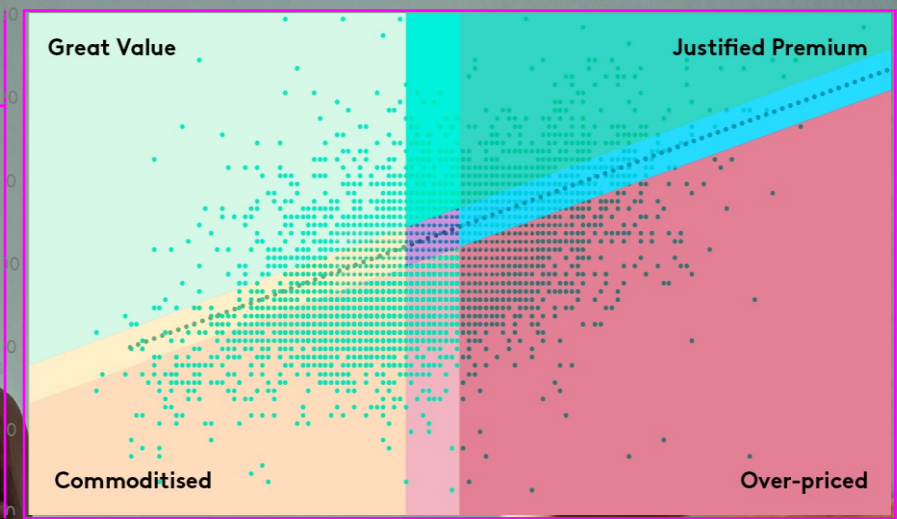
Konsumenci są gotowi płacić 2x więcej za marki o sile premium

Big data

Odzwierciedlenie czynników wewnętrznych w MMM

Narzędzia AI

Marki FMCG o wyższych wydatkach mediowych mają elastyczność cenową → 0
Marki usługowe stawiające klienta w centrum → 30% więcej wydatków na usługi



Kreacja z innej galaktyki

Small data

Cele wizerunkowe wobec kreacji

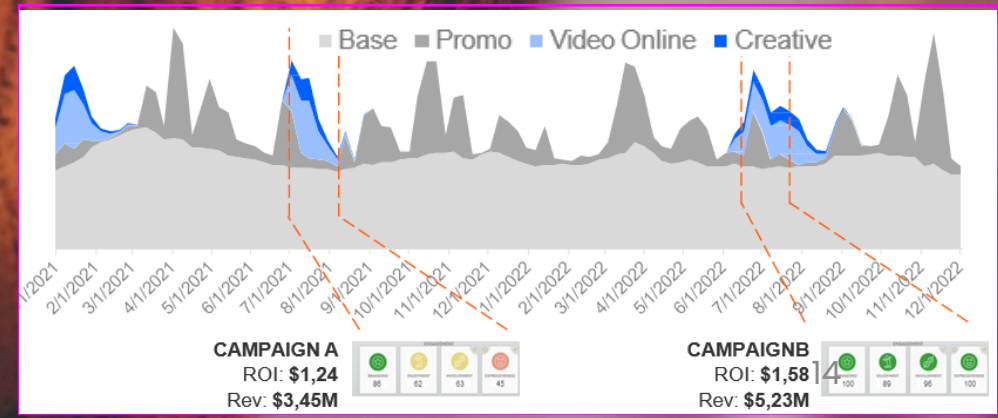
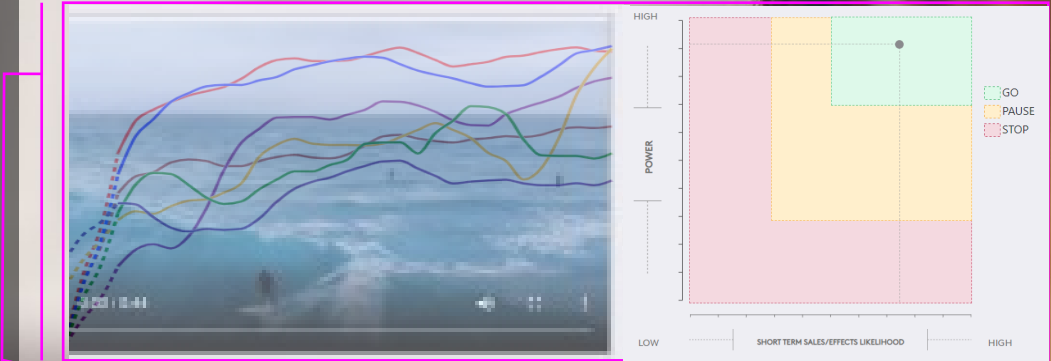
Jakość kreacji wpływa w 49% na siłę marki (Salience)
Wysokiej jakości reklamy generują o 1,1pp lepszy Brand Power

Big data

Integracja kreacji w MMM Narzędzia AI

Wpływ jakości kreacji na rentowność mediów x12 w 2023 vs x10 w 2014
Wysokiej jakości reklamy generują 4,7x większy zysk

Źródło: Kantar



Kreacja z innej galaktyki

Small data

Wczesny etap tworzenia kreacji GenAI

Humor jako przyczyna, by nie pomijać reklamy +44pp na wskaźniku short-term +46pp na wskaźniku long-term

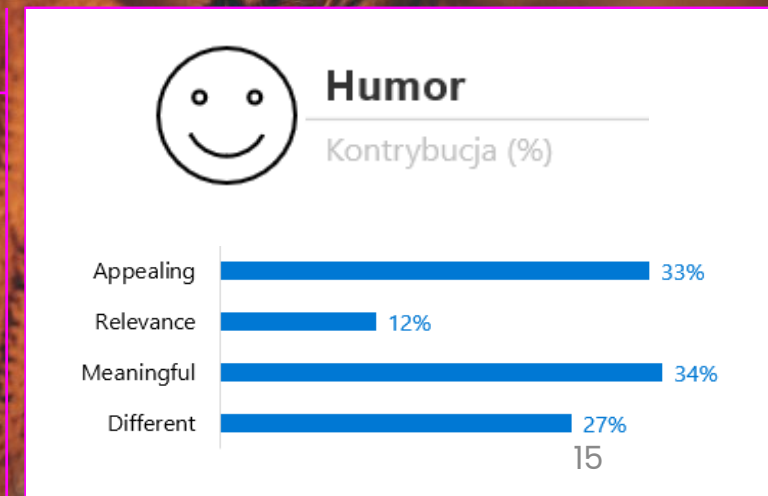
Big data

Metaanalizy

Testowanie kreacji TV i digital

Predykcje AI

Wysokiej jakości reklamy digital generują >80% większą sprzedaż per impresja
4/10 reklam digital ma negatywny wpływ na wskaźniki markowe



**Nowe
efektywne
metody
działania**



Praca z AI

**Synergie w
organizacji**



**Konsumenckie
big data
źródłem
inspiracji**

**Lepsze
wykorzystanie
danych**

**Kompleksowe
strategie
i wdrożenia**

Po co przekraczać granice swojego uniwersum

Powodzenia!



Zaczniij chodzić zanim zaczniesz skakać

Synergia Small Data i Big Data



PATRYCJA HERBOWSKA-TYTRO

KANTAR