

Ηλεκτρονικό εμπόριο

HE 8
Εξατομίκευση

Πληροφοριακός υπερφόρτος (information overload)

- ▶ Αδυναμία διαχείρισης μεγάλου όγκου πληροφοριών και εντοπισμού της χρήσιμης πληροφορίας
- ▶ Η εξατομίκευση στοχεύει στην παροχή στους χρήστες των πληροφοριών που τους είναι χρήσιμες χωρίς οι ίδιοι να τις ζητήσουν ρητά



Που συναντάται η εξατομίκευση;

- ▶ Ηλεκτρονικά καταστήματα
 - ▶ Προτάσεις για προϊόντα
 - ▶ Τιμολόγηση
 - ▶ Μορφή καταστήματος
- ▶ Πληροφοριακές πύλες
- ▶ Περιβάλλοντα ηλεκτρονικής μάθησης
- ▶ Μηχανές αναζήτησης



Web mining

- ▶ Web mining είναι η χρήση τεχνικών εξόρυξης δεδομένων για την εξαγωγή πληροφοριών από έγγραφα και υπηρεσίες ιστού
- ▶ Διακρίνεται σε:
 - ▶ Εξόρυξη γνώσης από δεδομένα περιεχομένου ιστού
 - ▶ Εξόρυξη γνώσης από δεδομένα δόμησης ιστού
 - ▶ Εξόρυξη γνώσης από δεδομένα χρήσης ιστού (απόρρητο;)



Εξατομίκευση

- ▶ Εξατομίκευση είναι η διαδικασία της συγκέντρωσης και αποθήκευσης πληροφοριών αναφορικά με τους χρήστες ενός web site, η ανάλυση των πληροφοριών αυτών και η αποστολή σε κάθε χρήστη της σωστής πληροφορίας στο σωστό χρόνο
- ▶ Μέσω της εξατομίκευσης επιτυγχάνεται η επίσπευση της παράδοσης των πληροφοριών στον επισκέπτη

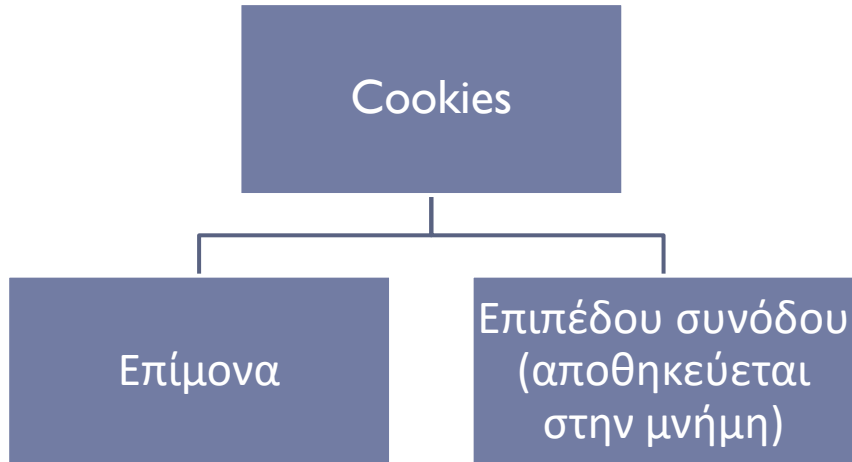


Cookies

- ▶ Ένα cookie είναι μια μεταβλητή την τιμή της οποίας μπορεί να αποθηκεύσει μια ιστοσελίδα στον υπολογιστή ενός επισκέπτη της, ώστε να την ανακτήσει από εκεί όταν ο χρήστης την ξαναεπισκεφτεί χρησιμοποιώντας το ίδιο ΗΥ και φυλλομετρητή.
- ▶ Τα cookies είναι δεδομένα σε μορφή απλού κειμένου
- ▶ Συνήθως είναι άκακα, έχει όμως αποδειχθεί ότι μπορούν να στείλουν πληροφορίες για τη συμπεριφορά μας στο διαδίκτυο.
- ▶ Υπάρχουν προγράμματα που καθαρίζουν τα κακόβουλα cookies, ενώ αν ο χρήστης επιθυμεί να τα διαγράψει δίνεται αυτή η δυνατότητα μέσα από το φυλλομετρητή ιστοσελίδων.



Κατηγορίες cookies



- ▶ Μέγιστο μέγεθος cookie είναι τα 4k
- ▶ Δεν μπορούν να υπάρχουν πάνω από 20 cookies του ίδιου domain
- ▶ Δεν μπορούν να υπάρχουν συνολικά περισσότερα από 300 cookies στον ίδιο Η/Υ
- ▶ Τα cookies έχουν ημερομηνία λήξης



Χρήσεις των cookies

- ▶ Εξατομίκευση τοποθεσίας για έναν επισκέπτη. Γίνεται ανάκτηση προτιμήσεων επισκέπτη από μια βάση δεδομένων με βάση τον κωδικό του χρήστη.
- ▶ Διαδικτυακά συστήματα παραγγελιών. Επιτρέπουν την παρακολούθηση του καλαθιού αγορών μέχρι την ολοκλήρωση της παραγγελίας
- ▶ Παρακολούθηση στο εσωτερικό μιας τοποθεσίας.
- ▶ Την παρακολούθηση σε διάφορες τοποθεσίες.

Προβλήματα που συνεπάγεται η εξατομίκευση

- ▶ Διασφάλιση προσωπικού απορρήτου
 - ▶ Τα sites με υπηρεσίες εξατομίκευσης αναπόφευκτα διατηρούν περισσότερα προσωπικά δεδομένα για τους πελάτες τους σε σχέση με τα sites που δεν υποστηρίζουν τέτοιου είδους υπηρεσίες
- ▶ Καθυστέρηση στην εξυπηρέτηση του πελάτη λόγω του υπολογιστικού φόρτου που συνεπάγεται η εξατομίκευση



Προβλήματα που συνεπάγεται η εξατομίκευση

- ▶ Επένδυση σε υπολογιστικούς πόρους
- ▶ Μετρήσιμα οφέλη από την εξατομίκευση
- ▶ Απώλεια ελέγχου εφαρμογής εκ μέρους του πελάτη
- ▶ Ενόχληση πελάτη



Εξατομίκευση και Στοχευμένη Διαφήμιση

- ▶ Οι παραδοσιακές μορφές διαφήμισης, όπως διαφημιστικές πινακίδες, εφημερίδες, περιοδικά και ραδιόφωνο, **αντικαθίστανται προοδευτικά από online διαφημίσεις**
- ▶ Οι διαφημιστές έχουν τους νέους **πιο αποδοτικούς τρόπους** για τον εντοπισμό των καταναλωτών και παρακολούθησης συμπεριφοράς
- ▶ Οι εταιρείες επιθυμούν να διασφαλίσουν ότι η διαφήμισή τους θα μπορέσει να επηρεάσει ή να αγγίξει τον πιθανότερο καταναλωτή για τα προϊόντα τους
- ▶ Αυτά έχουν ως αποτέλεσμα την αυξανόμενη ανάγκη για **στοχευμένες διαφημίσεις**



Εξατομίκευση και Στοχευμένη Διαφήμιση

- ▶ Οι εταιρείες διαδικτύου **αναπτύσσουν ραγδαία** τεχνολογικές ικανότητες που τους επιτρέπουν να συγκεντρώνουν πληροφορίες σχετικά με τους χρήστες



Εξατομίκευση και Στοχευμένη Διαφήμιση

- ▶ Από την παρακολούθηση των ιστοσελίδων που οι χρήστες επισκέπτονται, οι πάροχοι υπηρεσιών δικτυακής διαφήμισης μπορούν να προβάλλουν άμεσα διαφημίσεις που είναι **σχετικές με τις προτιμήσεις του καταναλωτή**
- ▶ Οι περισσότερες ιστοσελίδες σήμερα χρησιμοποιούν αυτές τις τεχνολογίες στόχευσης για την **παρακολούθηση της συμπεριφοράς** του χρήστη στο internet.



Εξατομίκευση και Στοχευμένη Διαφήμιση

- ▶ Η ποιότητα της διαδικτυακής διαφήμισης αξιολογείται με βάση από τα εξής χαρακτηριστικά:
 - ▶ Το αναμενόμενο **CTR** (Click Through Rate) μιας διαφήμισης
 - ▶ Την **ποιότητα** της σελίδας που φέρει τη διαφήμιση
 - ▶ Τη σχετικότητα της **διαφήμισης** με την **αναζήτηση του χρήστη**
 - ▶ Τη **Γεωγραφική Απόδοση**
 - ▶ Τις υποστηριζόμενες **συσκευές χρήστη**
- ▶ Αυτά τα κριτήρια, επηρεάζουν τον **διαφημιζόμενο** ως προς:
 - ▶ Τη δυνατότητα συμμετοχής στη «δημοπρασία διαφημίσεων» (bid ads)
 - ▶ Το πραγματικό **CPC** (Cost Per Click)
 - ▶ Τη θέση της διαφήμισης, και την εκτίμηση του κόστους της θέσης (bid estimate)
 - ▶ Ποσοστό μετατρεψιμότητας επισκέψεων σε αγορές (Conversion Rate)

συνοψίζοντας, όσο καλύτερη είναι η Βαθμολογία ποιότητας, τόσο καλύτερη η θέση προβολής της διαφήμισης και χαμηλότερο το συνολικό κόστος προβολής.



Κατηγορίες και Μέθοδοι Στοχευμένης Διαφήμισης

Οι διαφημιστές χρησιμοποιούν μια ποικιλία μεθόδων για τη στόχευση των διαφημίσεων:

- ▶ **Στόχευση με βάση το περιεχόμενο (Context Oriented Advertising)**
 - ▶ Η πιο συνηθισμένη στόχευση. Οι διαφημιστές βάζουν διαφήμιση σε μια συγκεκριμένη θέση, βασισμένοι στο σχετικό περιεχόμενο της σελίδας
- ▶ **Τεχνική Στόχευση**
 - ▶ Σχετίζεται με το λογισμικό και τη συσκευή πρόσβασης του χρήστη
- ▶ **Χρονική Στόχευση**
 - ▶ Π.χ. προγραμματισμός συγκεκριμένων διαφημίσεων στο χρονικό διάστημα 5-7 μμ όταν τυπικά οι δυνητικοί αγοραστές μεταβαίνουν από την εργασία στο σπίτι



Κατηγορίες και Μέθοδοι Στοχευμένης Διαφήμισης

▶ Κοινωνική-Δημογραφική Στόχευση

- ▶ Αυτή η μορφή στόχευσης εστιάζει στα χαρακτηριστικά των καταναλωτών, συμπεριλαμβανομένων της ηλικίας, του φύλου, του μισθού της ιθαγένειας, κλπ.

▶ Στόχευση Γεωγραφική και εν γένει βασιζόμενη στην τοποθεσία

- ▶ Ιδιαίτερα έντονη εξέλιξη στη στόχευση εντός εσωτερικού χώρου, που πρακτικά ο γεωγραφικός προσδιορισμός θέσης με βάση συντεταγμένες GPS δεν είναι εφικτός

▶ Συμπεριφορική Στόχευση

- ▶ Αυτή η μορφή στοχευμένης διαφήμισης επικεντρώνεται γύρω από την δραστηριότητα και τις ενέργειες των χρηστών. Πληροφορίες από την περιήγηση σε τοποθεσίες Web μπορούν να συλλέγονται με τεχνολογίες εξόρυξης δεδομένων, οι οποίες βρίσκουν μοτίβα στο ιστορικό αναζήτησης και περιήγησης των χρηστών

▶ Επαναστόχευση (Retargeting)

- ▶ Επαναστόχευση είναι η χρήση συμπεριφορικής στόχευσης για την παραγωγή και προβολή διαφημίσεων που σας «ακολουθούν» αφού έχετε δει κάτι ή έχετε κάνει μια αγορά. Αποτελεί υποκατηγορία και εξέλιξη της συμπεριφορικής στόχευσης



Στοχευμένη Διαφήμιση

▶ **Θετικά**

- ▶ Αποδοτικότερες διαφημιστικές καμπάνιες
- ▶ Ελαχιστοποίηση της διαφημιστικής προσπάθειας αξιοποιώντας εξατομικευμένη πληροφορία από τους δυνητικά ενδιαφερόμενους για κάποιο προϊόν
- ▶ Μείωση κόστους προβολής
- ▶ Διαφημίσεις πιο περιεκτικές και ενδιαφέρουσες σε κάθε χρήστη

▶ **Αρνητικά**

- ▶ «Στρατήγηση» του προσωπικού απορρήτου
- ▶ Επιπλέον κόστος ανάπτυξης και χρήσης μεθόδων στόχευσης
- ▶ Αποκλεισμός χρηστών από νέα ερεθίσματα που ίσως τους ενδιαφέρουν μελλοντικά



Σημασιολογικός ιστός (Web 3.0)

- ▶ Ο σημασιολογικός ιστός είναι μια εξέλιξη του παγκόσμιου ιστού στον οποίο τα δεδομένα αποκτούν νόημα και οι εφαρμογές που τα χρησιμοποιούν είναι σε θέση να τα κατανοήσουν
- ▶ Η εξατομίκευση έχει να ωφεληθεί σημαντικά από τις τεχνολογίες σημασιολογικού ιστού που αναπτύσσονται

