

Paweł Rutkowski
WMP UKSW

Informacja – potęgi klucz

Pytanie za dziesięć punktów-, co jest najdroższą rzeczą na Ziemi? Droższą od złota, ropy, diamentów?

INFORMACJA

W jaki sposób TESCO w Wielkiej Brytanii zdobyło ponad 80% rynku w ciągu kilku lat? Przygotowano zwykły program lojalnościowy- przy zapłacie za zakupy trzeba było zeskanować małą kostkę- breloczek, aby zbierać punkty na nagrody. Jednak na podstawie analizy zrobionych zakupów, raz w miesiącu była przesyłana spersonalizowana oferta handlowa. Jeśli kupowaliśmy jedzenie dla kota- była w niej informacja o nowych drapkach dla kotów a nie nowych alu felgach. Żadna przesłana gazetka reklamowa nie była tak sama. Dzięki tak dobrze przygotowanej ofercie- klienci wracali.

Podobne praktyki są widoczne już w sklepach internetowych- gdzie prym wiedzie amazon.com. Już od pierwszego kliknięcia są zbierane o nas informacje a strona sama się dostosowuje do naszego profilu- tak, aby pokazać nam to, co może nas zainteresować. W przypadku dłuższego korzystania z wyszukiwarki (zwłaszcza nieudanego) zostaniemy zaczepieni przez operatora sklepu- który zaproponuje nam poszukiwane produkty. Wszystkie te działania przekładają się na zyska sklepu. Strach pomyśleć, co by było gdyby Amazon posiadał dane z FaceBooka czy...

Google- wyszukiwarka, bez której nie potrafimy korzystać z Internetu. Gmail- jedna z lepszych oferta poczty e-mail. AdWords- jedne z skuteczniejszych (o ile potrafimy z nich korzystać) narzędzi reklamy o bardzo wysokim współczynniku konwersji. GoogleMaps- cały świat w formie mapy/zdjęć satelitarnych. A przez cały czas, Google zbiera i analizuje dane o nas. O naszych wyborach. Aby reklama była jeszcze trafniej dobrana do naszych potrzeb. Aby wyniki wyszukiwania były jeszcze bardziej trafne. A my sami na to się godzimy...

Na co dzień każdy z nas korzysta z telefonu komórkowego. Powiem nawet więcej- nie wyobraża sobie bez niego życia. Nie wychodzi bez niego z domu. Tym czasem telefon cały czas informuje gdzie dokładnie jesteśmy. Daje możliwość podsłuchiwania rozmów czy zdalnego włączenie go i podsłuchiwania.

Już teraz w Japonii możemy kupić lodówkę, która na bieżąco monitoruje swoją zawartość i ją uzupełnia samodzielnie. Dodatkowo na podstawie statystyk, dokładnie wie, że na weekend potrzeba zamówić piwo, bo są będzie finał Mistrzostw Świata. Kiedy jedziemy do znajomych- może poinformować ich lodówkę, w co powinna się zaopatrzyć.

Te i inne technologie, cały czas zbierają informację o NAS- wszędzie zostawiamy nasz ślad, nawet nie zdając sobie z tego sprawy. Tworzą nasz profil. Na szczęście (dla nas) najwięksi jeszcze nie doszli do porozumienia i wymiany danych (co prędzej czy później będzie musiało nastąpić). Gdyż wtedy jedna korporacja będzie wiedziała o nas wszystko. Od tego jakie kupujemy skarpetki, co jemy na śniadanie i czy lubimy Justina Bibbera. Jedna korporacja będzie mogła nam przysyłać spersonalizowane informacje, sprawiając, że będziemy myśleli że robimy to co chcemy, tym czasem robiąc to co nam sugerują (każą).