

## **РАЗРАБОТКА ПОДСИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ПОТОКАМИ ДАННЫХ**

Поток данных – это набор информации, извлеченной от поставщика данных. Он содержит необработанные данные, которые были собраны из поведения пользователей в браузере на веб-сайтах, на которых размещен специальный пиксель. Потоки данных полезны для специалистов по данным для больших данных и в поставке данных для ИИ алгоритмов. Основными поставщиками потоков данных являются компании, занимающиеся информационными технологиями.

Основные интеграции с потоками данных:

1. Потоки данных интегрированы с такими системами, как платформа данных о клиентах (CDP), управление взаимоотношениями с клиентами (CRM) или платформа управления данными (DMP) для обогащения профилей пользователей внешними данными. Потоки данных используются для обогащения систем бизнес-аналитики и повышения точности анализа и вывода более точных выводов.

2. В случае интеграции системы управления контентом (CMS) поток данных используется для идентификации пользователей и персонализации их посещения. Благодаря анализу данных фактическое содержание веб-сайта адаптируется к пользователю.

3. Потоки данных используются для выбора соответствующих сегментов пользователей и использования их в онлайн-кампании. Сегменты обогащаются дополнительными пользовательскими характеристиками из потока данных и затем отправляются в DSP.

Мериалы XXIV Республиканской научной конференции студентов и аспирантов «Новые математические методы и компьютерные технологии в проектировании, производстве и научных исследованиях», Гомель, 22–24 марта 2021 г.

---

В данном случае был рассмотрен вариант интеграции управления продуктового контента, при управлении взаимоотношений с клиентами, при помощи Adobe Experience Manager (AEM) и SAP Hybris. Основной целью подсистемы является предоставление бизнесу возможности управлять электронной коммерцией в информационном пространстве.

Актуальность такого подхода заключается в том, что взаимодействие с клиентами важно на каждом этапе взаимоотношений между клиентом и компанией, поскольку оно повышает лояльность и общую удовлетворенность брендом. Компании всегда изо всех сил стараются идти в ногу с последними маркетинговыми тенденциями, которые помогут достичь их целей и увеличить доход. В своих усилиях по созданию эффективных сервисов, ориентированных на потребителя, организации стремятся внедрять персонализированные многоканальные решения для улучшения взаимодействия с их продуктами.