1. 빅데이터를 활용하는 목표 4가지에 대해 서술하시오

가. 제품개발

기업들은 빅 데이터를 사용하여 고객 수요를 예측합니다. 그리고 과거 및 현재의 제품/서비스의 주요 속성을 분류하고 이러한 속성과 옵션의 상업적 성공 간의 관계를 모델링하여 새로운 제품 및 서비스에 대한 예측 모델을 구축하고 있습니다. 또한 일부 기업은소셜 미디어, 테스트 시장 및 초기 매장 출시에서 나온 데이터 및 분석 결과를 사용하여 신제품을 계획, 생산 및 출시하고 있습니다.

나. 예측적 유지보수

기계 고장을 예측할 수 있는 요인들이 장비의 연도, 제조업체, 모델과 같은 정형 데이터 뿐만 아니라 수백만 개의 로그 항목, 센서 데이터, 오류 메시지 및 엔진 온도를 포괄하는 비정형 데이터에 깊이 묻혀 있을 수 있습니다. 조직들은 문제가 발생하기 전에 잠재적 문제에 대한 이러한 징후들을 분석함으로써 유지 보수를 보다 비용 효율적으로 배치하고 부품 및 장비 가동 시간을 최대화할 수 있습니다.

다. 고객경험

고객을 둘러싼 경쟁이 계속되고 있습니다. 고객 경험을 명확하게 파악하는 것이 그 어느 때보다 가능해졌습니다. 빅 데이터를 사용하면 소셜 미디어, 웹 방문, 통화 기록 및 기타 소스에서 데이터를 수집하여 상호 작용 경험을 개선하고 제공되는 가치를 극대화할 수 있습니다. 맞춤형 옵션 제공을 시작하고 고객 이탈을 줄이며 문제를 사전에 처리할 수 있습니다.

라. 운영 효율성

운영 효율성이 항상 뉴스거리가 되는 것은 아니지만, 빅 데이터가 가장 큰 영향을 미치는 영역입니다. 빅 데이터를 사용하면 생산, 고객 피드백 및 반품, 기타 요인을 분석하고 평가하여 중단을 줄이고 향후 수요를 예측할 수 있습니다. 빅 데이터는 현재 시장 수요에 따라 의사 결정을 개선하는 데 사용할 수도 있습니다.

2. 스몰데이터의 정의와 필요성에 대해 서술하시오

 가. 정의

 스몰데이터는 개인의 취향이나 필요, 건강 상태, 생활 양식 등에서 나오는 소량의

 정보들을 말함

 나. 필요성

 1) 스몰데이터는 소비자의 작은 행동 하나까지 파악해 아직 충족되지 못한 그 무언가를 찾아

 낼수 있음. 가격 할인이나 포인트 적립, 이벤트 등의 기존 마케팅 방식만을 고수하고 있는

 기업들이 스몰데이터의 가치에도 눈을 돌린다면 지금까지 찾지 못했던 새로운 혁신의 기

 회를얻을 수 있음

 2) 기업뿐만 아니라 규모가 작은 자영업자와 소상공인에게도 스몰데이터는 유용하게 활용될

 수 있음. 기업에게는 엄청난 양의 데이터보다 자신의 매장을 방문하는 고객의 성향, 방문

 패턴 등을 분석하는 것이 더 합리적이며 이를 통해 보다 전략적인 판매 계획을 세울 수

 있을 것임