

스몰데이터는 개인의 취향이나 필요, 건강 상태, 생활 양식 등 사소한 행동에서 나오는 정보들을 말하는데 이는 개인에 대한 관찰을 통해 데이터의 정확성을 높이므로 방대한 양의 디지털 데이터를 분석하는 빅데이터와는 접근 방식이 다르도 볼수있습니다.

스몰데이터는 수집하는 정보가 세세하고 개인에 집중하며 인과관계를 파악하는데 도움을 주기도 하고 소비자의 작은 행동 하나까지 파악해 아직 충족되지 못한 그 무언가를 찾아낼 수 있습니다. 아마도 기존 마케팅 방식만을 고수하고 있는 기업들이 스몰데이터의 가치에 눈을 돌린다면 지금까지 찾지 못했던 새로운 기회를 얻을 수 있을것입니다.

기업뿐만 아니라 규모가 작은 자영업자와 소상공인에게도 스몰데이터는 유용하게 활용될 수 있는데 예를들어 자신의 매장을 방문하는 고객의 성향, 방문 패턴 등을 분석하는 것이 더 합리적이기도 합니

다. 컴퓨터가 내린 빅데이터 결론보다 직접 소비자  
와의 상호작용으로 얻어낸 결과를 가치있게 높을것  
입니다.