

TALLINNA TEHNIKAÜLIKOOL
Infotehnoloogia teaduskond

Helerin Tamm 193913 IABB

Turunduse automatiseerimine Telia Eesti AS näitel

Bakalaureusetöö

Juhendaja: Inna Švartsman
Magistrikaad - MSc

Tallinn 2023

Annotatsioon

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärgiks on analüüsida ja automatiseerida turundustegevusi ettevõttes Telia Eesti AS, võttes kasutusele rakenduse BlueConic ning integreerides selle ettevõtte süsteemidega. Selleks luuakse andmevahetuse protsess BlueConic ja Salesforce Marketing Cloud rakenduste vahel ning laaditakse rakendusse näidisedandmed, mille põhjal luuakse turunduspakkumiste saatmiseks kliendisegmentid. Kasutusele võetava rakenduse ja selle juurutamise eesmärgiks on lihtsustada kliendisegmentide loomist ning luua alternatiivne viis segmentide loomiseks ettevõtte süsteemides. Praktilise osa sisendiks uuritakse ja analüüsitakse turundusautomaatika protsesse, rakendusi, kasutusjuhete ning kasutuse mõju.

Lõputöö on kirjutatud eesti keeles ning sisaldab teksti 36 leheküljel, 5 peatükki, 18 joonist, 0 tabelit.

Abstract

Marketing automation on the example of Telia Eesti AS

The need to properly implement and use marketing automation applications to automate marketing activities is essential for larger companies as it provides significant value to business and customers. A large part of marketing automation is customer segmentation, which is often difficult to automate and requires technical input from the users.

The purpose of this thesis is to analyze current marketing automation processes in Telia Eesti AS and implement BlueConic application to the company's systems to provide an alternative way to create customer segments. The implementation includes creating data integration processes between Data warehouse, Salesforce Marketing Cloud and BlueConic to transfer data to and from BlueConic.

The main result of this thesis is a working instance of BlueConic application integrated with Telia Eesti AS's marketing systems, which provides a simple way for users to create customer segments and use them in further marketing processes. A sample customer segment was created as a part of this work to compare the process of customer segment creation between Salesforce Marketing Cloud and BlueConic. The sample customer segment can also be used as an example to create additional segmentations in the future. Data integration processes between Data warehouse and marketing automation systems were optimized during the implementation, and new integrations between BlueConic and Salesforce Marketing Cloud were created.

Further development is required to integrate BlueConic with other systems to collect data on customer behavior and create personalized marketing offerings within the company's websites.

The thesis is in Estonian and contains 36 pages of text, 5 chapters, 18 figures, 0 tables.

5 Kokkuvõte

Töö teoreetilise osa eesmärgiks oli anda ülevaade turundustegevuste automatiseerimisest, selleks kasutatavatest rakendustest, kasutusjuhtudest ning selle mõjust ettevõttele. Töös püstitatud probleemiks oli ettevõtte vajadus automatiseerida turundustegevusi ning juurutada klientide segmenteerimiseks BlueConic rakendus. Sellest tulenevalt oli praktilise osa eesmärgiks analüüsida turundusautomaatikat ettevõttes, luua vajalikud integratsioonid uue rakenduse kasutamiseks ning luua rakenduses protsess klientide segmenteerimiseks.

Praktilise osa tulemusena loodi integratsioon Salesforce Marketing Cloud ja BlueConic rakenduste vahel, ning protsess kliendiandmete laadimiseks BlueConic keskkonda. Juurutatud BlueConic rakenduses loodi näidisenäki klientisegment, võttes aluseks olemasoleva segmendi Salesforce Marketing Cloudis, ning võrreldi segmendi loomise protsesse. Võrdluses leiti, et BlueConicus on klientisegmentide tegemine kasutajale lihtsam, ei vaja tehnilisi teadmisi ning vähendab kasutajal vigade tegemise võimalust.

Loodud integratsiooni ja näidise segmenti on võimalik kasutada klientisegmentide loomiseks ning nende edastamiseks Salesforce Marketing Cloudi turundusteavituste saatmiseks. Juurutatud rakendust on tulevikus võimalik integreerida erinevate Telia Eesti AS süsteemidega, et pakkuda kliendipõhist sisu.