

《移动互联网时代下的大数据分析》

讲授专家：李勇

培训对象：数据分析管理人员（总监、经理、主管）
运营从业人员

课程时间：1天（6小时）

课程背景：

4G时代，运营商产生了更多的大数据，通过对客户的重新认识和精确营销，可以提升企业的核心竞争能力，可以更新企业运营的新理念。通过数据发现趋势及问题，助力业务发展，成为运营商研究的新课题。

本课程亮点：

通过本次培训中实际案例的分享，了解数据管理的各种经验教训，深刻理解大数据的意义，发掘用户行为分析的价值及发掘客户精确营销的价值。

课程收益：

培训完结后，学员能够：

- ◇ 了解并掌握大数据时代下的商业机会
- ◇ 了解并掌握基础数据管理的办法
- ◇ 了解并掌握大数据环境下的网络营销策略
- ◇ 了解并掌握运营数据分析及数据库营销
- ◇ 了解并掌握数据质量的体系管理办法

课程大纲：

单元	大纲	内容	效益
单元一	4G时代的“大数据、大机遇”：	1) 大数据概念和特点 2) 大数据能够带来哪些新应用？ 3) 大数据时代带来对传统营销的挑战 4) 大数据如何成为资产？ 5) 大数据如何体现精确营销 6) 4G 大数据对于运营商的价值	本单元让学员了解 4G 时代的大数据机遇和挑战
单元二	基础数据的收集和分析	1、数据的种类 1) 客户数据内容（电信客户的基本资料） 2) 产品数据内容（产品的编码） 3) 营销数据内容（交易记录的保存） 4) 服务数据内容（客户服务数据的保存） 5) 电信数据的特点：（交易型数据较多、价值密度降低等） 2、数据的存放方法 1) 数据的清洗、转换和加载 2) 存放在数据库/数据仓库	学习并掌握运营中如何对业务模块的基础数据进行收集和分析

		<ul style="list-style-type: none"> 3) 数据的基本分析工具 EXCEL 等 4) 数据仓库的基本原理 3、数据的基本整理 1) 数据的归类存放 (建模型) 2) 数据的基本加工 4、数据挖掘技术 1) 数据的基本汇总 2) 数据中的“金子”：从石头中淘金子 3) 数据挖掘：“啤酒和尿布”的故事 4) 数据挖掘过程 5) 数据挖掘算法介绍 6) 高级的数据挖掘工具 SAS 和 SPSS 等 5、数据质量的基本保障 1) 指标的口径描述和统一 2) 后期补数据成本是前提收集数据成本的 15 倍 3) “差之毫厘谬以千里” 6、网销/电销数据的收集和整理 1) 网销数据的收集/整理 2) 电销数据的收集/整理 3) 电销和网销数据的关键点 	
单元三	大数据下的网络创新营销策略	<ul style="list-style-type: none"> 1) 了解 DMP 的演变 2) 分析自身产品和平台定位和发展阶段，选择最合适的 DMP 平台 3) 移动互联网营销新法则 4) 新的营销场景和社群 5) 有传播力的内容 6) 如何打造人与人的链接 	学习大数据下如何根据本公司的现状采用最合适的方法进行营销
单元四	数据库营销	<ul style="list-style-type: none"> 1) 何谓数据库营销 2) 基于运营数据分析数据库客户 3) 根据不同的客群开展不同的营销 4) 数据库营销案例解析 	掌握数据库营销的策略和方法
单元五	数据的质量管理	<ul style="list-style-type: none"> 1) 数据质量的问题表现 2) 接通率的量化依据数据转换成为成功订单几率的描述 示例：数据质量的问题分布图 3) 数据质量的根源在哪里 4) 业务管理的标准化指标的口径一致性问题 5) 数据质量的管理模式 6) 理清数据的来龙去脉列出数据的监控点 7) 数据质量的量化评估方法 8) 数据质量的评估标准 【示例】：数据质量的评估指标 	掌握数据质量是做好数据管理的基础