

大数据运营与技巧——精确营销与服务运营

大数据在企业中谱写了不少点“数”成金的奇迹。例如：微软用大数据预测了 2014 年奥斯卡 24 个奖项中的 21 个奖项；百度用大数据预测 2014 年足球世界杯 90% 的胜负；沃尔玛通过捆绑“啤酒和尿布”提高销量；阿里巴巴以用户资金流水大数据，涉足金融领域在几分钟之内就能判断用户的信用资质，决定是否为其发放贷款；亚马逊可以“预判发货”在网购时，顾客还没有下单，亚马逊就将包裹寄出……

大数据为什么可以达到这样的效果？是怎么实现的？企业能够掌握吗？尤其是怎么样才能够与自己企业的经营相结合？

本课程从企业经营角度，揭示大数据神奇的背后，内涵的原理、经营思想，及其配套的精确营销策略与服务运营方法。

课程价值：理解大数据应用的核心思想，真正通过精确营销与服务运营将大数据应用与企业经营融通

课程收益：

- 1、了解什么是大数据及其应用的意义
- 2、了解大数据应用的背景——互联网及 CRM 的发展
- 3、了解大数据应用的核心思想——新营销及 CRM 思想
- 4、掌握大数据在营销中的应用——精确营销
- 5、了解大数据应用的技术——数据挖掘
- 6、掌握大数据运营流程——如何服务并形成口碑
- 7、了解大数据的实施步骤

课程特点：●现场讲授大量真实案例剖析、讲解，深入浅出，通俗易懂；
●可结合企业具体情况，现场答疑，并就企业的问题进行案例分析；

培训形式：讲授、案例研讨、现场演练及点评

适合对象：企业负责人、大数据运营负责人等

课程时数：1~2 天

课程内容：

第一单元：认识大数据

1. 什么是大数据
 2. 大数据应用的意义
 3. 大数据在企业经营中应用的意义
 4. 对大数据的认识误区
- 讨论：大数据与小数据的关系

案例：啤酒与尿布的故事

第二单元：大数据应用的背景

1. 互联网浪潮的冲击
2. 经营及管理思想的变革
3. 营销变革

第三单元：大数据应用的核心思想

1. 企业应该如何应用大数据
2. 基于客户关系管理（CRM）的大数据应用
 - 什么是客户关系管理
3. 从传统营销到新营销
 - 传统营销的局限
 - 4P—4C—4R
 - 什么是以客户为中心？

案例：铁路总裁的大数据决策

第四单元：大数据在营销中的应用——精确营销

1. 什么是精确营销
2. 大数据精确营销的流程
 - CRM 流程
 - 案例：中国移动的呼叫中心应用
3. 精确营销的方法
 - 小数据的支撑：客户档案、客户行为记录、客户互动
 - 大数据的方法：客户识别、客户选择、客户行为分析、客户挖掘
 - 案例：美国西南航空公司、泰国东方酒店

第五单元：大数据应用的技术——数据挖掘

1. 什么是数据挖掘？
2. 数据挖掘的流程
3. 数据挖掘解决的问题
 - 分类问题
 - 聚类问题
 - 关联问题
 - 估值问题
 - 描述统计及展示

第六单元：企业如何应用大数据做好服务

1. 应用大数据做好服务的目的
 - 提升客户满意
 - 改善客户关系
 - 更好推进商务
 - 赢得客户忠诚
 - 获取客户长期价值

2. 应用大数据做好服务的关键
 - 客户的理性需求和感性需求
 - 关注客户偏好
3. 如何用大数据建立客户价值模型
 - 什么是客户价值
 - 为什么要建立客户价值模型
 - 聚焦客户终身价值
 - 客户价值模型的应用
 - 企业将聚焦拥有驱使客户价值的过程工序
 - 如何用大数据建立客户价值模型
4. 服务运营的方法
 - 农夫模型——服务营销
 - 客户关怀——客户偏好
 - 一对一营销及个性化服务

第七单元：大数据的实施

1. 组织流程配套的实施规划
2. 大数据实施途径规划
 - IT 规划
 - 适合中国企业的 CRM 软件实施
 - 数据模型建立的实施规划

