

# 《大数据时代营销数据分析技能》课程教学大纲

**课程名称：**《大数据时代营销数据分析技能》

**课程性质：**公开课/内训

**教学时长：**两天（12小时）

**课程手：**在互联网时代，完成销售目标要借助于大数据的管理和科学的分析，再也不能简单的拍脑袋，一切要用数据说话。本课程注重运用数据分析的运用技能的提高。目标销量完成、新客户的开发和对老客户的维护、客户需求的深挖、新产品的推广、营销决策、公司资源的合理投放、团队的管理效能等都离不开数据分析。数据让我们豁然开朗、数据让我们目标明确、数据让我们效率提升。

**教学要求：**采用课堂讲授与课堂讨论相结合的方式，课堂讲授要求理论联系实际，运用大量实践案例和教学实例，深入浅出、旁征博引，讲师同时配备课堂练习、现场互动以消化老师的课程内容。

**教学纲要：**

## 第一章：数据管理与销售提升

### 一、销售目标制定的前提

1. 市场分析 STP 法运用
2. 内部营销调研
3. 外部营销调研
4. SWOT 分析
5. 盘点公司客户资源

### 二、数据的中台管理

1. 数据采集的维度确定
2. 数据的分享与反馈
3. 数据体系与情报系统
4. 数据的核实与真实性
5. 数据分析与决策参考

## 第二章：行业洞察与大数据分析

### 一、利用百度指数分析

- 1) 多维度分析关键词热度及其变化
- 2) 百度指数概况分析
- 3) 百度指数热点趋势分析
- 4) 百度指数-需求分布分析

### 二、挖掘其它信息的途径

1. 其他网络平台数据分析

2. 政府网站分析获取信息
3. 上市公司年报分析获取信息
4. 专业调研公司报告
5. 行业报告
6. 商协会行业协会
7. 产业链分析

。 。 。 。

### 三、竞争市场分析

1. 竞争对手的选择
2. 竞争对手数据分析
3. 竞争对手的渠道策略分析
4. 竞争对手产品策略分析
5. 竞争对手营销策略分析
6. 竞争对手价格策略分析
7. 促销与动销分析
8. 终端网络关系分析
9. 团队战力分析
10. 投入产出分析

案例：游戏《征途》的推广与市场分析

## 第三章 客户的数据化管理

### 1. 客户画像的方法

- ✓ 购买金额
- ✓ 购买频次
- ✓ 购买价位
- ✓ 购买习惯
- ✓ 年龄
- ✓ 性别
- ✓ 身份

### 2. 客户画像后的 RFM 分析法

### 3. 客户画像后常数据分析图表

### 4. 建立客户连接点

### 5. 线下-到店/周边：WIFI、智能 POS、二维码、停车场、

实体会员卡、优惠券、电子货币

6. 线上引入线下活动：
    - ✓ 团购、热门活动、限时折扣、兑换礼物
    - ✓ 品牌互动、消费返利、主题促销 会员生日/纪念日营销
  7. 客户漏斗形成聚焦：最终 APP 深度用户。
  8. 通过微信与微博做营销平台，通过 APP 来做粘度。
  9. 强化社交与体验，淡化硬性促销。
  10. 案例：大众点评的精准推送方案
  11. 线上线下的组合营销方案：
    - ✓ 预热：APP、微信、
    - ✓ 活动：拉人气、促交易、用户体验、用户服务
    - ✓ 活动后：发布趣味数据、晒单、晒明星客户、晒好评与点赞
- 案例：今日头条与抖音的“算法”

#### 第四章：专业的数据分析能力

1. 营销管理信息的采集
2. 建立管理模型
3. 比较是破解数据观察的法宝
4. 数据拆分归类
5. 数据图形化
6. 数建立数学函数关系
7. 据分析的操作
  - ✓ 找拐点
  - ✓ 查数据
  - ✓ 对比数据
  - ✓ 确定变量
  - ✓ 分析原因
8. 数据分析常用的方法
  - ✓ 对比分析法
  - ✓ 分组分析法
  - ✓ 结构分析法
  - ✓ 平均分析法
  - ✓ 交叉分析法
  - ✓ 综合评价分析法
  - ✓ 杜邦分析法
  - ✓ 漏斗分析法
  - ✓ 矩阵关联分析法

案例：一张报表看清公司盈利能力

#### 第五章：市场销量预测

1. 销售预测的重要性
2. 销售预测思维方式
3. 销售预测的管理体系
4. 预测人员的综合素质
5. 信息采集的“四性”

6. 行业总量预测的方法
7. 如何调高预测的准确性
8. 市场预测的步骤
9. 市场预测的方法
10. 核心样板市场的预测
11. 销量标杆的选择
12. 工具：销量常见的预测的六种方法
13. 工具：多学科市场预测法
14. 工具：“见微知著”预测法
15. 工具：客户访谈提纲
16. 工具：数据对比法
17. 案例：林彪三问赢得辽沈战役
18. 案例：天网、地网、人网

三网融合后的数据运用

## **第六章：运用数据提高决策能力**

### **一、避免信息管理的误区**

- 1 误区一：堆无用的信息垃圾
- 1 误区二：虎头蛇尾没有坚持
- 2 误区三：员工变“表哥哥、表妹”
- 3 误区四：缺乏考核奖励机制
- 4 误区五：团队没有战术研讨习惯
- 5 误区六：信息转化能力差
- 6 误区七：信息数字的“陷阱”
- 7 误区八：一味追求大而全不适用

### **二、决策常见的方法与能力**

1. 确定决策目标
2. 着重考虑找重大问题
3. 提出创造性的备选方案
4. 多个冲突的目标中如何取舍
5. 资源能力匹配分析
6. 认真考虑风险的承担能力
7. 权衡利弊的方法
8. 对自己的决策负责
9. 构建一张结果表
10. 决策如何得到支持
11. 案例：猎场中的企业情报战

### **三、商战中的常用手法**

- 1 守正出奇法
- 1 正面进攻法
- 2 侧翼进攻法
- 3 涟漪运营法
- 4 样板客户法
- 5 重点突破法
- 6 市场分层法

## 7 爆品带动法