

# 大数据思维与应用创新

## 【课程目标】

本课程主要帮助大家理解大数据的基本概念，着重探索大数据的本质，理解大数据的核心价值，以及掌握实现大数据价值的三个关键环节，大数据解决业务问题的六个步骤，然后聚焦大数据的七大核心思维，最后，再用案例说明了大数据在各行业的应用场景。

大数据思维，让决策更科学！让管理更高效！让营销更精准！

通过本课程的学习，达到如下目的：

- 1、了解大数据基本概念，大数据的本质。
- 2、理解大数据的四大核心价值，以及数据决策的底层逻辑
- 3、掌握大数据思维落地的三个关键环节。
- 4、理解大数据的七大思维。
- 5、熟悉大数据在各行业的应用场景。

## 【授课时间】

1天时间

## 【授课对象】

企业中高层领导、各级主管，以及普及性的培训。

## 【授课方式】

理论浅讲 + 案例剖析 + 思维探讨

本课程突出数据分析的实际应用，结合行业的典型应用特点，围绕实际的商业问题，进行大数据的分析与挖掘，通过营销案例分析，让学员明白大数据思维及其应用，最终实现大数据的价值。

## 【课程大纲】

### 第一部分：大数据的核心理念

问题：什么是数据思维？大数据决策的底层逻辑以及决策依据是什么？

#### 1、数字化五大技术战略：ABCDI 战略

- A：人工智能，目的是用机器模拟人类行为
- B：区块链，构建不可篡改的分布记账系统
- C：云计算，搭建按需分配的计算资源平台
- D：大数据，实现智能化的判断和决策机制

- 1: 物联网，实现万物互联通信的基础架构

## 2、大数据的本质

- 数据，是事物发展和变化过程中留下的痕迹
- 大数据不在于量大，而在于全（多维性）
- 业务导向还是技术导向

## 3、大数据决策的底层逻辑（即四大核心价值）

- 探索业务规律，按规律来管理决策

案例：客流规律与排班及最佳营销时机

案例：致命交通事故发生的时间规律

- 发现运营变化，定短板来运营决策

案例：考核周期导致的员工月初懈怠

案例：工序信号异常监测设备故障

- 理清要素关系，找影响因素来决策

案例：情绪对于股市涨跌的影响

案例：为何升职反而会增加离职风险？

- 预测未来趋势，通过预判进行决策

案例：惠普预测员工离职风险及挽留

## 案例：保险公司的车险预测与个性化保费定价

### 4、大数据决策的三个关键环节

- 业务数据化：将业务问题转化为数据问题
- 数据信息化：提取数据中的业务规律信息
- 信息策略化：基于规律形成业务应对策略

## 案例：用数据来识别喜欢赚“差价”的营业员

## 第二部分：大数据精准营销分析框架

### 1、大数据分析六步曲

#### 2、步骤 1：明确目的—理清思路

- 确定分析目的：要解决什么样的业务问题
- 确定分析思路：分解业务问题，构建分析框架

#### 3、步骤 2：数据收集—理清思路

- 明确收集数据范围
- 确定收集来源
- 确定收集方法

#### 4、步骤 3：数据预处理—寻找答案

- 数据质量评估
- 数据清洗、数据处理和变量处理
- 探索性分析

#### 5、步骤 4：数据分析--寻找答案

- 选择合适的分析方法
- 构建合适的分析模型
- 选择合适的分析工具

#### 6、步骤 5：数据展示--观点表达

- 选择恰当的图表
- 选择合适的可视化工具

#### 7、步骤 6：报表撰写--观点表达

- 选择报告种类
- 完整的报告结构

#### 演练：产品精准营销案例分析

- 如何搭建精准营销分析框架
- 精准营销分析的过程和步骤

## 第三部分：大数据的七大思维

### 1、大数据改变我们的思维框架

### 2、大数据的三层变革

- 工具变革

- 思维变革

- 文化变革

### 3、大数据带来的思维变革

- 从拍脑袋到科学决策

- 从经验决策到数据驱动决策

- 从定性描述到定量分析

- 从追求因果关系到探索相关决策

- 从追求算法到追求数据

- 从领导说了算到基于数据事实

### 4、大数据的七大思维

- 定量思维

- 相关思维

- 预测思维

- 实验思维
- 样本思维
- 个性化思维
- 融合思维

## 5、大数据的困境与挑战

### 第四部分：大数据应用案例

#### 1、大数据在企业的三层价值

- 增效（对内增效）
- 创收（对外创收）
- 创新（模块创新）

#### 2、大数据在行业中的常见应用

- 大数据+保险
- 大数据+金融
- 大数据+旅游
- 大数据+零售

#### 3、如何寻找影响因素？

案例：运营商如何解决增量不增收的困境？

4、如何寻找目标客户（用户匹配模型）

案例：杂志社去哪里寻找订阅用户

5、如何进行精准广告投放（利用响应模型优化）？

案例：宜家 IKEA 如何实现产品手册的精准发送

6、如何实现客户群划分（聚类）？

案例：找到汽车行业的细分客户群

案例：宝洁公司实现多层次客户的产品试销

7、如何预测客户行为（分类预测），实现精准推荐？

案例：银行构建欠贷用户模型，实现风险控制

案例：保险欺诈监测模型

8、如何实现产品的交叉销售？

案例：沃尔玛通过交叉销售，促进产品销量提升

9、如何预测产品销量/销售金额

案例：菜鸟物流如何提升物流速度

10、 如何进行产品设计与优化？

案例：从销量看出客户主要关注产品的哪些功能和特性？

结束：课程总结与问题答疑。