

# 《精准营销与精准服务—大数据》

**培训对象：**公司运营管理人员（总监、经理、主管）、市场部门、产品部门、服务部门、对大数据应用感兴趣的相关人士

**课程时间：**2天

## 课程背景：

大数据、云计算、人工智能，当这些词语刚刚出现时，我们只是把他当成一个概念和美好的憧憬。可当我们发现周围已经开始出现很多的变化，企业利用大数据进行精准营销、服务的成功案例越来越多的时候，作为相关岗位的工作人员，我们也要改变。

成立仅一年的余额宝规模达5741.60亿元，稳居国内最大、全球第4大货币基金。一时间，互联网金融，为银行业“狼来了”的巨大挑战和压力！

面对大数据带来的冲击，企业在产品运营、营销策略、服务落地的改进上该如何进行突破，如何更加有效和精准的为客户服务，如何更加精准的进行营销，如何使用大数据提高用户体验的同时，降低运营成本，是企业内部相关人员都要考虑的问题。

未来，基于大数据和人工智能，将会发生怎样的变化，本课程将带有进入一个全新的领域，**用特度的视角来看到我们的未来！**

## 课程收益：

培训完后，学员能够：

- 全面解析大数据是什么；
- 大数据对于企业的价值；
- 大数据的应用场景；
- 垂直行业如何利用大数据进行服务和营销；
- 如何利用大数据进行精准服务和客户维系；
- 大数据与AI。

## 课程大纲：

单元	大纲	内容	效益
单元一	何来“大数据”	1. 互联网发展历程 (1) Web1.0时代，传统印记浓重，信息为王 (2) Web2.0时代，互联网红利，流量为王 (3) 移动互联网时代，用户体验为王 (4) 大数据时代 —大数据商业模式 —金融与大数据	本单元将全面讲解大数据发展的趋势以及与金融的结合
单元二	商业领域“大数据”	1、商业模式的演变 (1) 好的商业模式应该具体什么样的条件？ (2) 挖掘不一样的商业模式 (3) 从沃尔玛到淘宝看卖场的大数据和云计算 2、大数据在商业领域的成功 (1) 京东的商业模式深度剖析 (2) 支付宝商业模式解析 (3) 大数据在服务行业的成功应用	大数据在商业模式演变及互联网成功商业模式讲解

		<p>3、商业模式创新的大数据驱动因素</p> <p>(1) 互联网时代的特征</p> <p>(2) 从工业思维到互联网思维</p> <p>(3) 大数据解决什么问题</p>	
单元三	精准服务 “大数据”	<p>1、服务新时代、新方法、新工具</p> <p>2、服务思维的转变</p> <p>3、服务方式的转变——什么是好的服务</p> <p>4、服务智能化</p> <p>5、大数据与智能服务</p> <p>(1) 智能全量分析</p> <p>(2) 用户画像</p> <p>(3) 竞争情报分析</p> <p>(4) 用户喜好分析</p>	大数据在服务行业的模式和具体做法
单元四	精准营销 “大数据”	<p>1、数据分析下的营销</p> <p>(1) 客户类型可精确区分</p> <p>(2) 消费行为可准确跟踪</p> <p>(3) 业务偏好可定点推荐</p> <p>(4) 使用价值可及时提升</p> <p>(5) 未来购买可提前预测</p> <p>(6) 流量状态可随时监测</p> <p>2、网络营销和数据库建设</p> <p>(1) 利用搜索引擎进行营销</p> <p>(2) 企业微营销运用</p> <p>(3) 网络营销的属性和特点</p>	互联网与大数据驱动商业模式创新
单元五	垂直行业 “大数据”	<p>1、大数据应用影响因素</p> <p>(1) 当前的数据价值仍未到引起高度重视的程度</p> <p>(2) 信息安全是绕不过去的门槛</p> <p>(3) 端到端变现能力不足</p> <p>2、可应用的数据</p> <p>(1) 个人用户信息（地域、年龄、消费信息等）</p> <p>(2) 未来可应用信息展望</p> <p><b>讨论：如何利用大数据进行精准</b></p> <p>3、大数据营销方式</p> <p>(1) 客户关系管理及维系</p> <p>(2) 精准营销</p> <p>(3) 建设本地化数据集市</p> <p>(4) 个性化精准推荐</p> <p><b>案例：与麦当劳合作，精准推荐优惠券</b></p> <p>(5) 数据搜索</p> <p>(6) 创新社会管理</p>	本单元重点介绍各垂直行业行业如何应用大数据进行精准营销
单元六	人工智能与 “大数据”	<p>1、一张加速度时间表</p> <p>2、人工智能、物联网、新零售</p> <p>3、人工智能技术在呼叫中心的应用</p> <p>4、AI 服务浅析</p> <p>案例：京东智能服务</p>	本单元讲解人工智能如何影响客服行业