数据化营销经验分享

2016.12 张子良

课程大纲

01 数据化营销战略

02 起点：数据打通

03 重点：数据融合

04 落点：数据应用

05 数据化营销实践

Baidu 百度

课程大纲

01 数据化营销战略

02 起点：数据打通

03 重点：数据融合

04 落点：数据应用

05 数据化营销实践

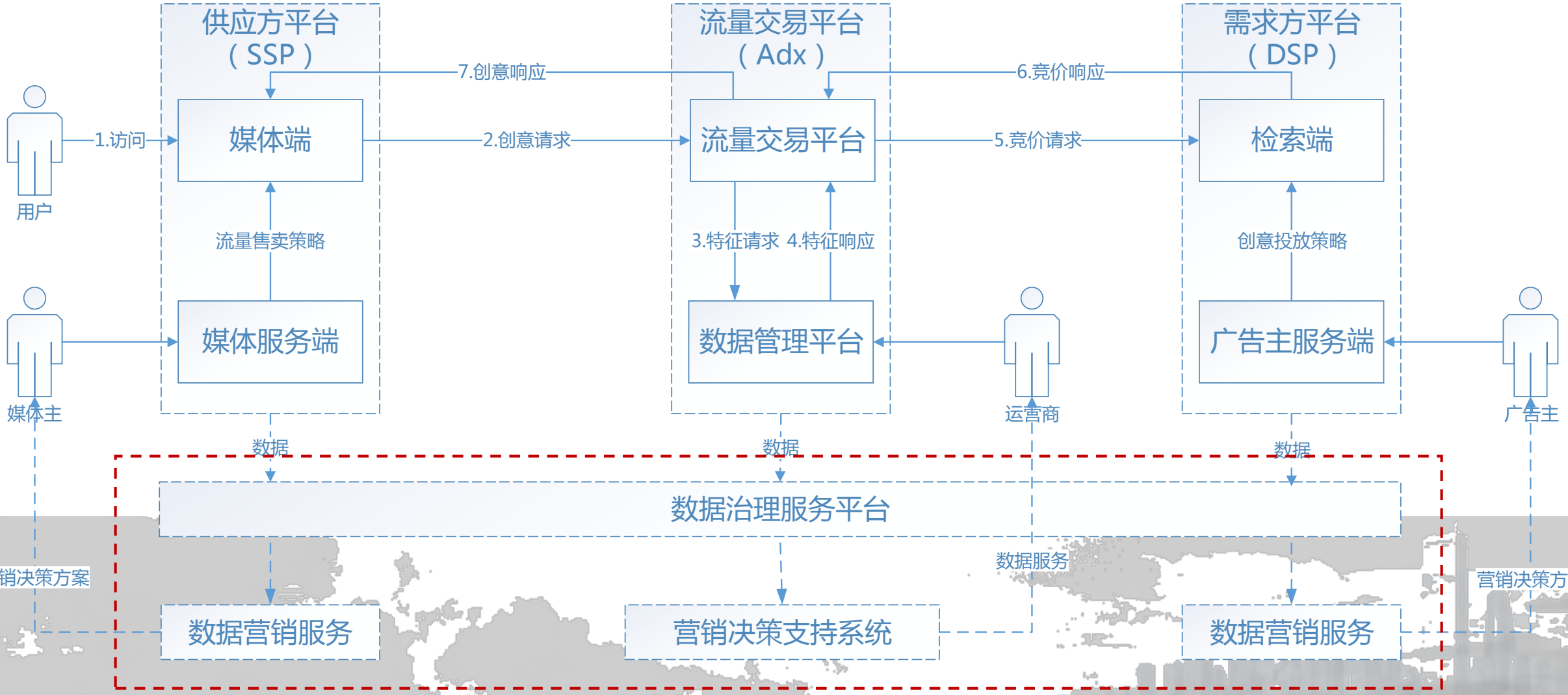
Baidu 百度

Part 1

数据化营销战略

通、融、用三字真经

1.1 数据化营销的业务模型



1.2 数据化营销三字真经

通 → **融** → **用**

打通业务上下游、组织内外相关数据资源，并构建统一的数据存储体系。

融合来自不同组织机构、业务系统的数据，形成统一的客户全景数据视图。

规划、设计和应用用数据产品，打造数据化营销体系。

课程大纲

01 数据化营销战略

02 起点：数据打通

03 重点：数据融合

04 落点：数据应用

05 数据化营销实践

Baidu 百度

Part 2

起点：数据打通

从行为数据到交易数据，打通数据链路

2.1 消费者行为决策模型（why）

Before
1898offline

A 引起关注 ▶ I 产生兴趣 ▶ D 产生欲望 ▶ M 形成记忆 ▶ A 行动购买

Attention Interest Desire Memory Action

Now
2005PC

A 引起关注 ▶ I 引起兴趣 ▶ S 主动搜索 ▶ A 行动购买 ▶ S 体验分享

Attention Interest Search Action Share

Future
2011Mobile

S 互相感知 ▶ I 兴趣互动 ▶ C 连接沟通 ▶ A 行动购买 ▶ S 体验分享

Sense Interest& Interactive Connection& Communicate Action Share

Baidu 百度

2.2 多维视角看数据打通（what）

行为数据
- 搜索
- 展示
- 点击
- 浏览

交易数据
- 客户
- 账户
- 交易
- 评论

组织视角
- 内部自身业务上下游数据打通
- 外部客户CRM系统数据打通

业务视角
- 基于搜索内容感知用户兴趣与关注
- 基于搜索路径预测消费和购买

技术视角
- 构建统一的数据技术平台
- 构建统一的数据服务接口
- 构建统一的数据存储体系

Baidu 百度

师出有名+自顶向下

Baidu 百度

课程大纲

01 数据化营销战略

02 起点：数据打通

03 重点：数据融合

04 落点：数据应用

05 数据化营销实践

Baidu 百度

Part 3

重点：数据融合

用户画像标签体系和客户360度全景视图

3.1 典型投放需求（why）

- **教育培训行业某客户的广告投放需求：**
  - 客户背景
    - 主要从事会计类培训，职称培训，学历教育等；
    - SEM关键词推广老客户；
  - 投放诉求
    - 通过数据合作，实现精准营销，降低投放成本；
    - 通过数据合作，建立新的、有效的推广渠道；
  - 考核KPI（来自客户）
    - 关键考核内容：
      - 有效Leads收集成本；
      - 有效leads收集数量；
    - 核心考核指标：
      - 前期控制在100元 / 个;
      - 中期达到百度渠道平均水平80元 / 个（百度）；
      - 后期优化目标为40元 / 个（头条）；
  - 投放平台
    - DSP
    - Feed

难点：潜在客户的识别（兴趣人群 =/= 潜在客户）；

常见需求

追求效果

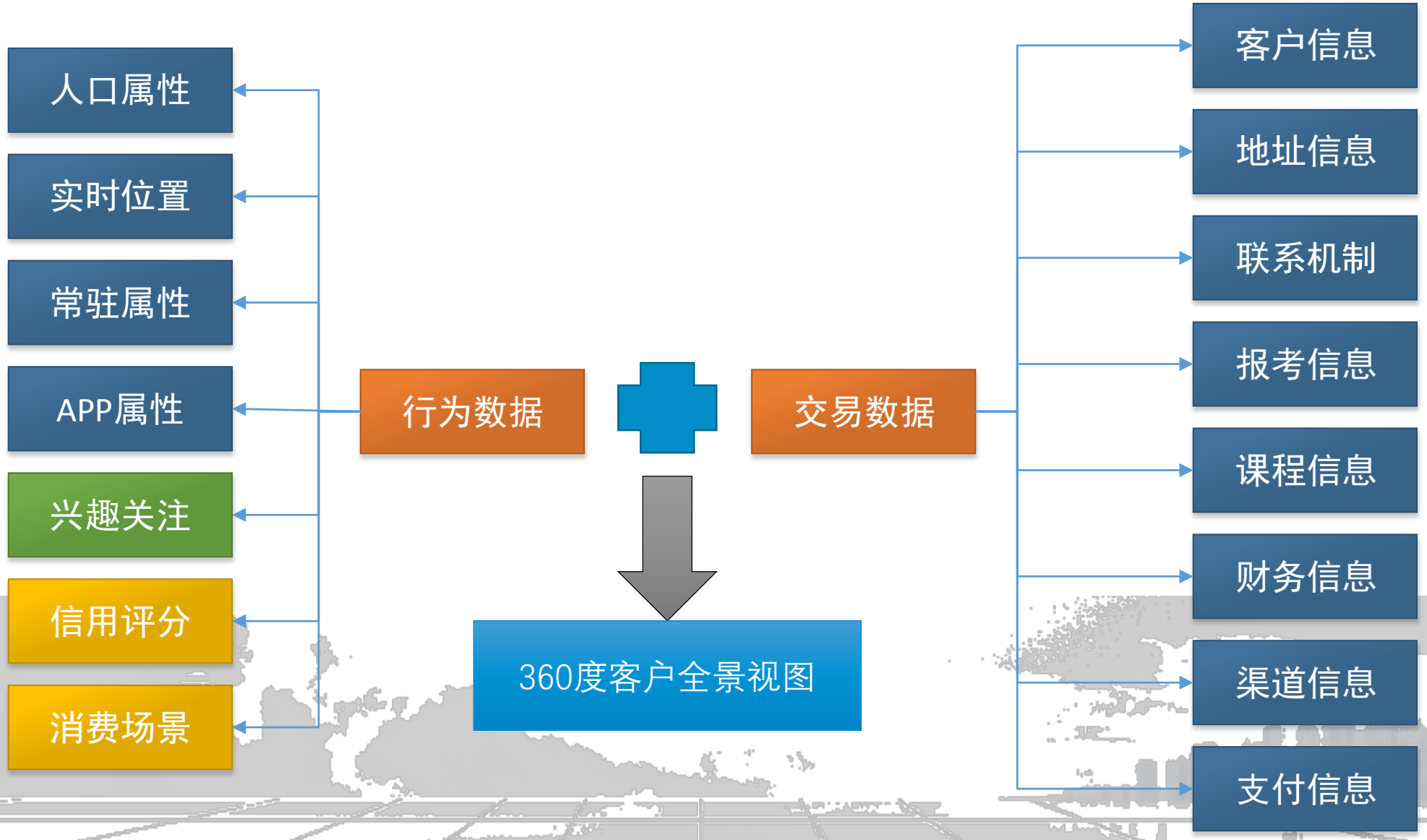
竞品明确

Baidu 百度

3.2 用户画像标签体系（Now）

够？

3.3 客户360度全景视图（Future）



课程大纲

01 数据化营销战略

02 起点：数据打通

03 重点：数据融合

04 落点：数据应用

05 数据化营销实践

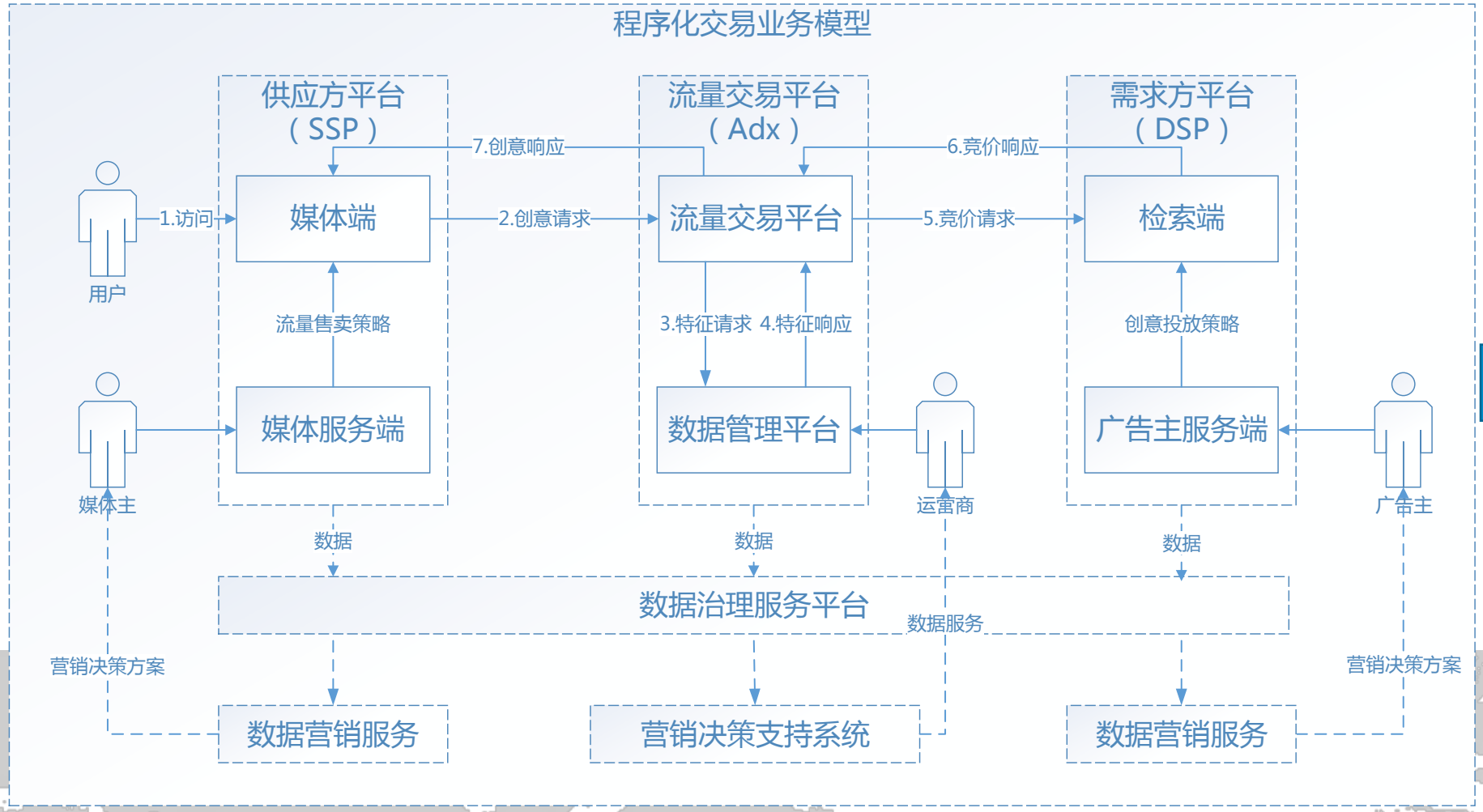
Baidu 百度

Part 4

落点：数据应用

规划、设计、实施

4.1 数据应用的规划-面向业务规划数据产品



4.2 数据应用的设计-5W+2H方法论

4.3 数据应用的实施方法-自顶向下和自底向上两种模式

课程大纲

01 数据化营销战略

02 起点：数据打通

03 重点：数据融合

04 落点：数据应用

05 数据化营销实践

Baidu 百度

Part 5

数据化营销实践

我们的数据营销探索之路

5.1 数据资源整合

内容生态		服务生态		金融生态	商业生态	数据生态	
百度知道	百家号	百度搜索	百度旅游	百度钱包	搜索广告	ID-Mapping	艾瑞咨询（2016）
百度贴吧	百度经验	百度糯米	Hao123	百度有钱花	展示广告	用户画像	CTR（2016）
百度新闻	百度文库	百度地图		百度理财	定制化广告	河图	
百度视频		百度网盘		金融商城	Feed	微博	
百度百科		百度外卖		金融云	其他商业产品	爱奇艺	

5.2 数据化营销框架

营销分析工具 | 数据内容服务 | 数据挖掘服务 | 行业营销解决方案 | 数据营销产品

客户洞察
- 客户定位
- 行为分析
- 体验感知
- 动机分析
- 决策路径
- 用户画像

品牌洞察
- 品牌感知
- 满意度
- 品牌形象
- 忠诚度
- 品牌联想
- 市场表现
- 影响力
- 竞争力

媒体评估
- 覆盖率
- 开机率
- 搜索指数
- 到达率
- 接触率
- 安全度

行业分析
- 市场份额
- 渠道分析
- 市场洞察
- 投放表现
- 资金分配
- 趋势预测

数据科学服务接口
- 统计
- 分类
- 回归
- 聚类
- 关联

数据内容服务接口
- Hive SQL
- Spark SQL
- JDBC
- Query Engine
- Shell
- Python

MySQL | Redis

Spark SQL | Spark Streaming | Mllib | Graphx | SparkR | Hive

Spark | M/R

Hbase | Meta store

HDFS

Minos | Bigpipe

搜索 | 广告 | 新闻 | 知道 | 贴吧 | 视频 | 微博 | 收视 | 电商

Baidu 百度

Thanks

Baidu 百度 | 营销咨询部