

“数据洞察与智能营销” 哈工大开放论坛专题分享

数据资产赋能产品与营销决策

张弛 创始人&CEO

品创方略研究咨询

GiSi
品创方略



24年市场和用户研究咨询经验

2006年和德国GfK成立合资公司，GfK CRC中方股东和董事

2013年创办品创方略

2002年至今任中国市场研究行业协会（CMRA）副会长

北大光华EMBA，本科1994年毕业于北京师范大学系统理论专业

职业理想： 更好的洞察， 更好的决策

数据是决策的基础，唯有洞察方能联接数据和决策

数据

信息

洞察

决策

什么是洞察？

洞察是对常识的突破...

... 具有支撑决策和行动的能力

或简
或繁

可以很明显，
但不一定易于
被发现

全新的
视点

看问题的新角
度,对固有思维
的挑战

现实的
相关的

和客户当下的
生意紧密相关

可信的
佐证

知识主导,建立在坚
守的事实基础和简
单的逻辑之上

洞察

是现实决策的
根基,往往意味
着改变

激发
行动

和市场机会,竞争
优势紧密相连

点亮
商业机遇

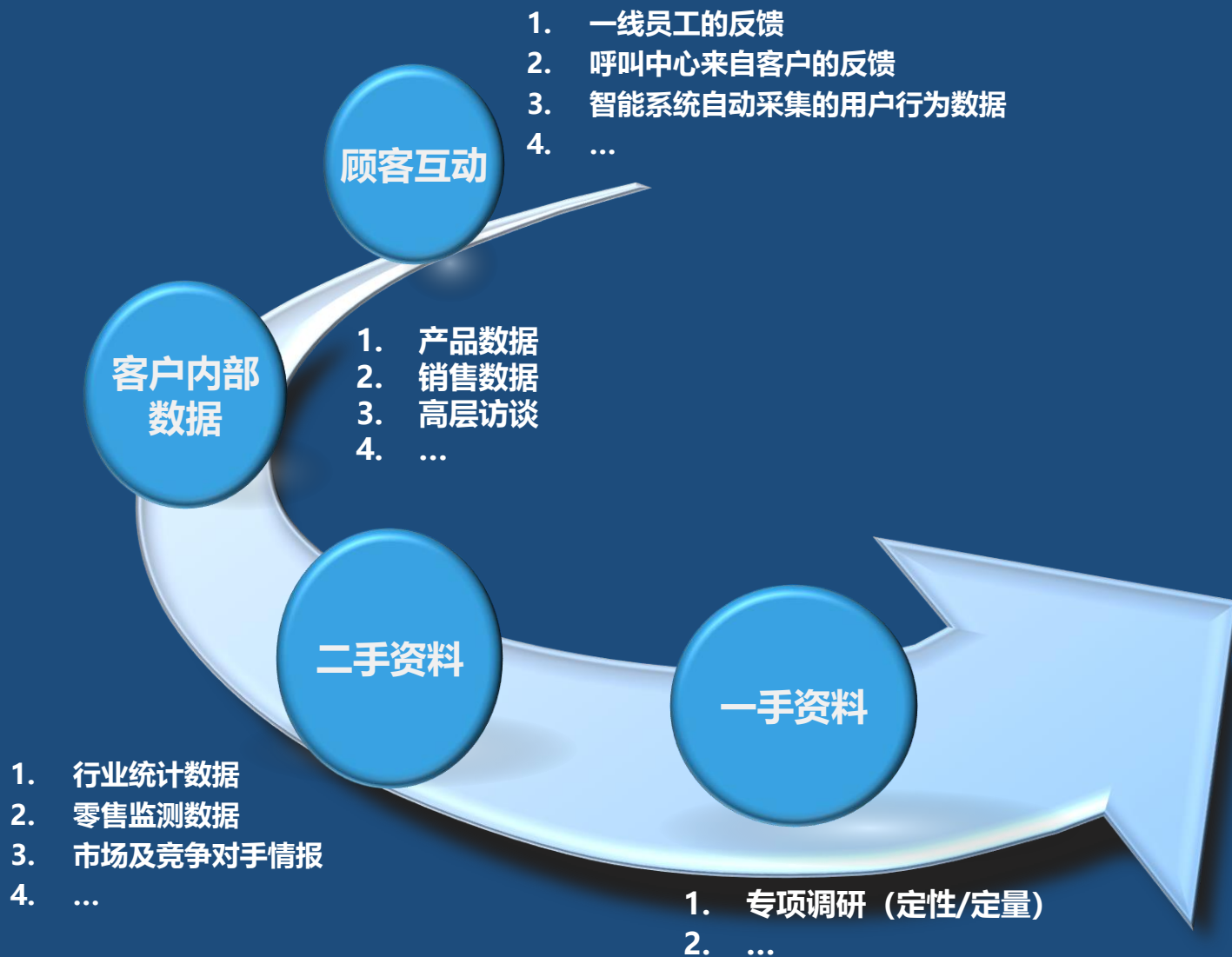
具备成为明星
业务,高额回报
的潜力,

迅速
蔓延

是问题解决方案的
一部分而不是产生
新的问题

解决
问题

数据资源的延展和深化，是今天研究者面临的最重大的挑战和机遇



什么是数据资产？

1. 以商业问题为导向，整合特定的内外部数据资源并建立分析模型
2. 在持续迭代中提高数据到洞察的转化效率
3. 从而持续提升组织对外部用户和环境的感知力，提高组织内部的决策力
4. 最终实现组织与内外部利益相关者的双赢

案例 1

如何提高乳品企业的营销ROI?

X品牌面临着外部竞争压力与内部费用资源有限的双重压力。为了提高营销费用的利用效率，X品牌聚焦大卖场，拟对各项费用与产品销量的关系进行研究，量化影响力度。

外部压力巨大

- 近两年来，乳品行业内竞争愈演愈烈，X品牌液奶的总体份额已被竞争对手超越；强势产品的领先优势不断减弱，基础产品的增长受到打压。

内部要求提高

- X品牌内部对营销费用的使用效率提出了更高的要求。

大卖场十分重要

- 大卖场是X品牌集中投入陈列、促销活动、促销人员等行销费用的重要场所。

X品牌的商业问题：如何投入能得到最大化的产出？

如何投入
能得到最
大化的产
出？

各零售要素需要投入的费
用是多少？

各地区堆头、促销员、促销力度需要投入
的费用是多少？

各品类堆头、促销员、促销力度需要投入
的费用是多少？

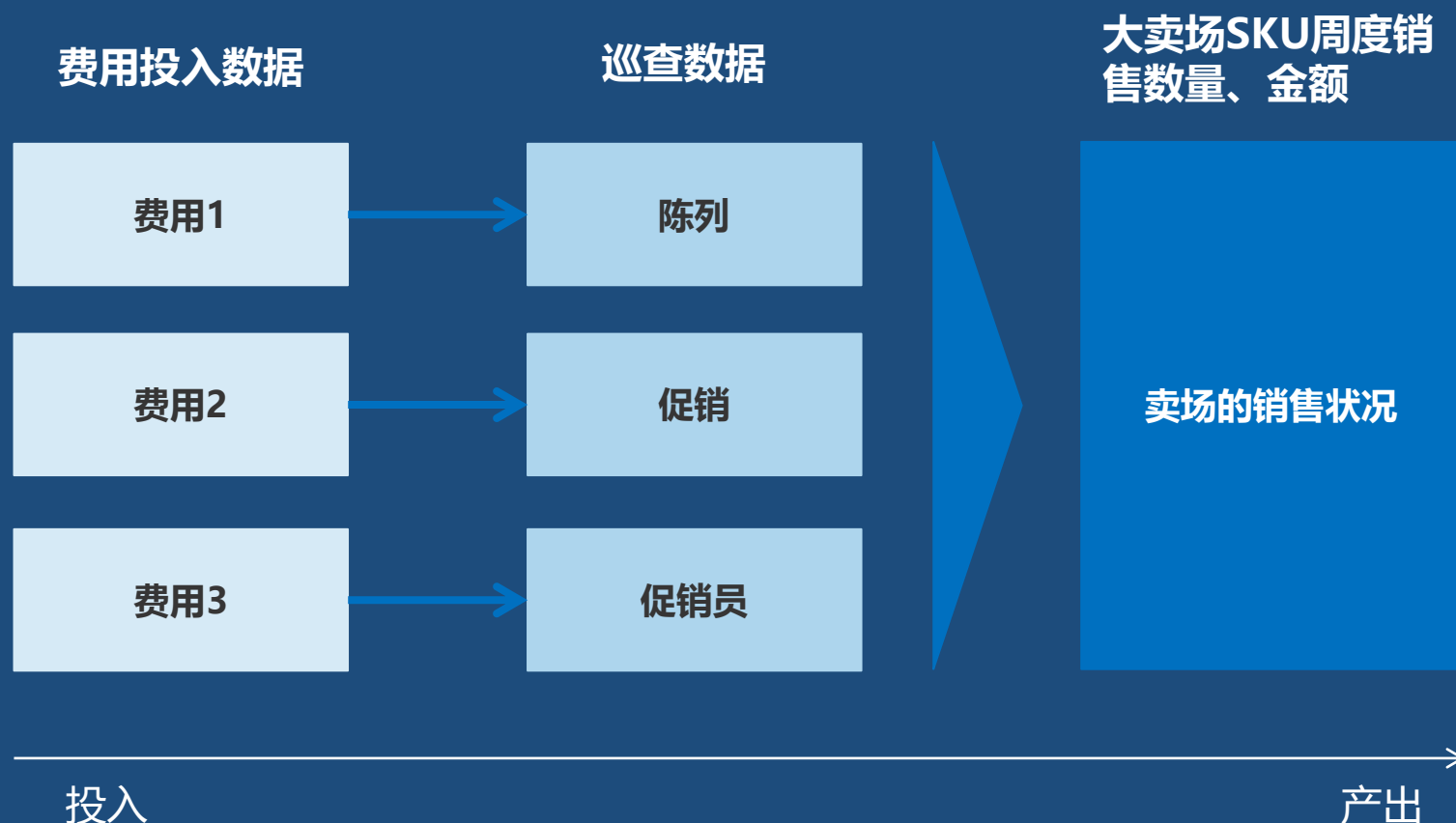
各零售要素对销售的影响
有多大？

各地区堆头、促销员、促销力度对销售的
拉动幅度是多大？（单个与组合有无差
异？）

各品类堆头、促销员、促销力度对销售的
拉动幅度是多大？（单个与组合有无差
异？）

回答这一问题需要建立起三套数据的联系

通过整合、分析X品牌掌握的三个数据，可以了解零售要素对销售的影响程度，为优化投入产出方案提供参考。



- 整合、清理三套数据

建立整合数据库

- 建立零售要素变动对销售的影响力模型

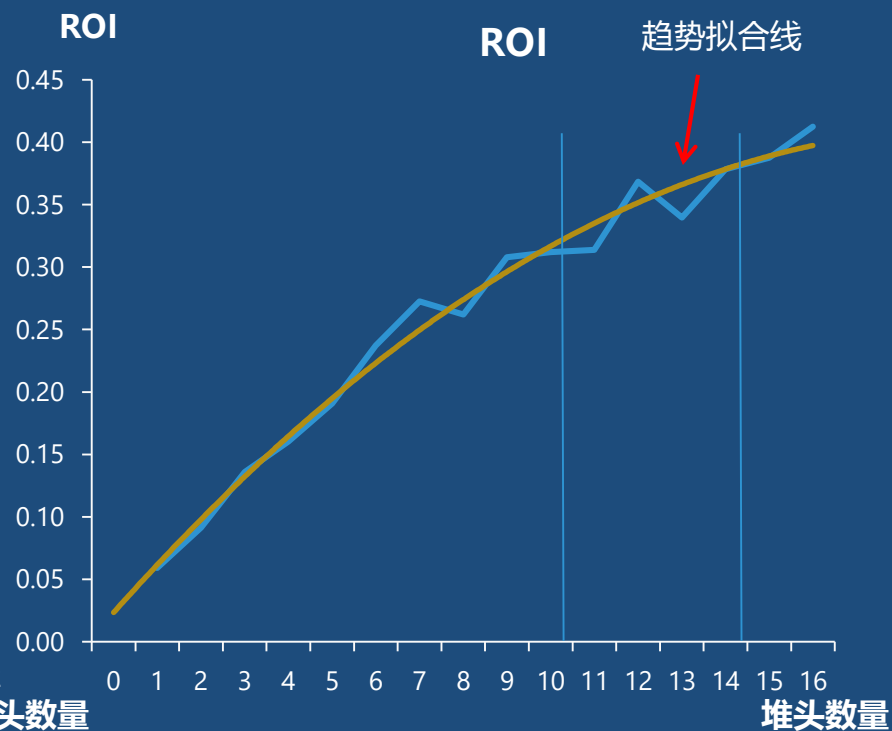
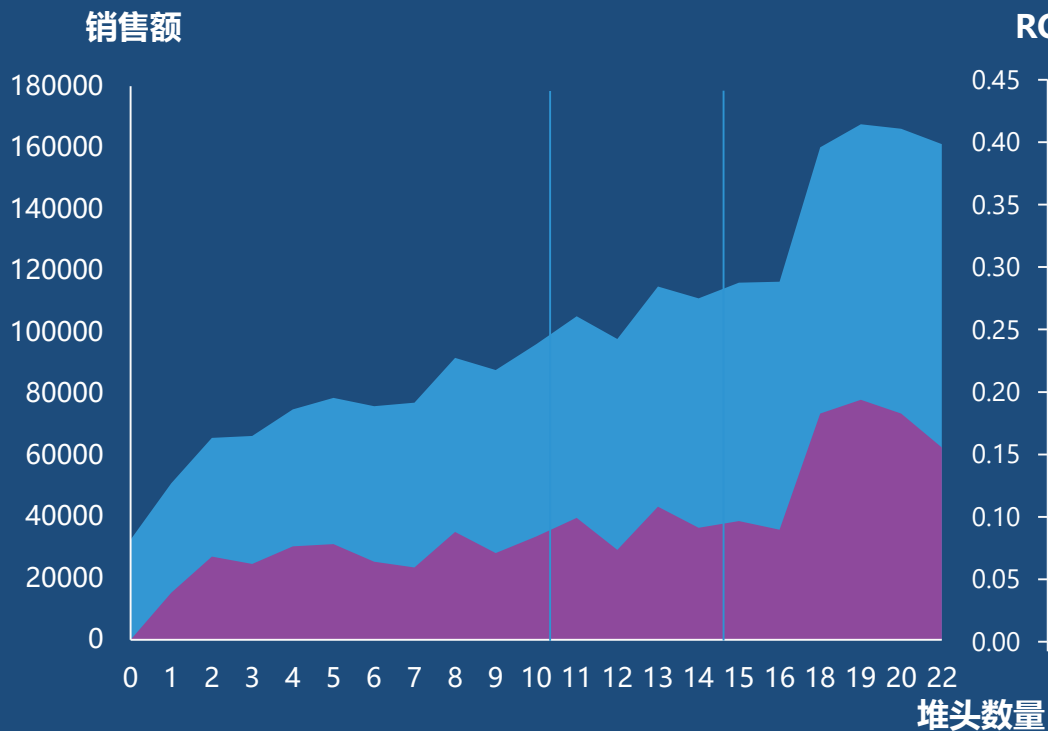
建立零售要素销售拉力模型

综合分析

- 将模型转化为简单易懂的方式，达到输入零售要素即可得到预期销售状况的效果

产出示例：堆头数量对销售额的影响

堆头数量对销售额的影响



案例启示：数据资产如何发挥价值？

- 以商业问题为导向，整合特定的内外部数据资源并建立分析模型
= 能理解商业问题并建立其与特定数据的关联假设的人是关键
- 在持续迭代中提高数据到洞察的转化效率
= 建立“分析数据/解读数据/提炼洞察/行动和反馈”的循环，挑战来自提炼洞察
- 从而持续提升组织对外部用户和环境的感知力，提高组织内部的决策力
= 未来组织数据资产的赋能程度：感知力和决策力的广度/深度/时效
- 最终实现组织与内外部利益相关者的双赢

The image features three hands of different skin tones against a solid orange background. One hand is at the top center, another on the left side, and a third at the bottom center. They are all holding a single, thin green plant stem. The bottom hand is positioned over a dense field of green grass. The text "Thanks for your attention..." is written in white, italicized font on the right side of the image.

*Thanks for your
attention...*