

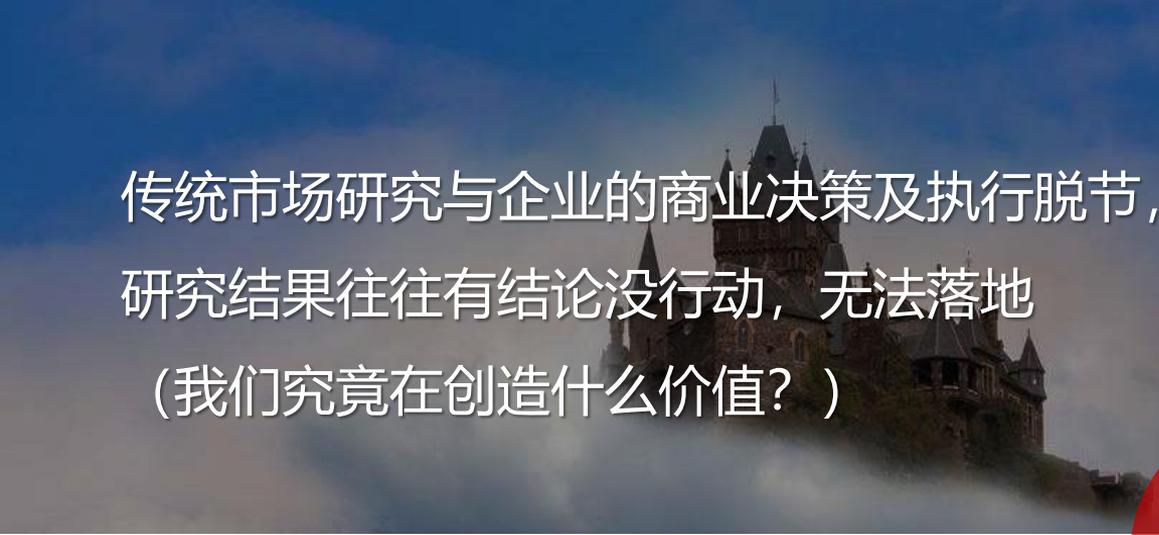


# 技术驱动，让洞察融入新营销生态

云思科技 宗瑞兴

CloudXink 云思

2018.10



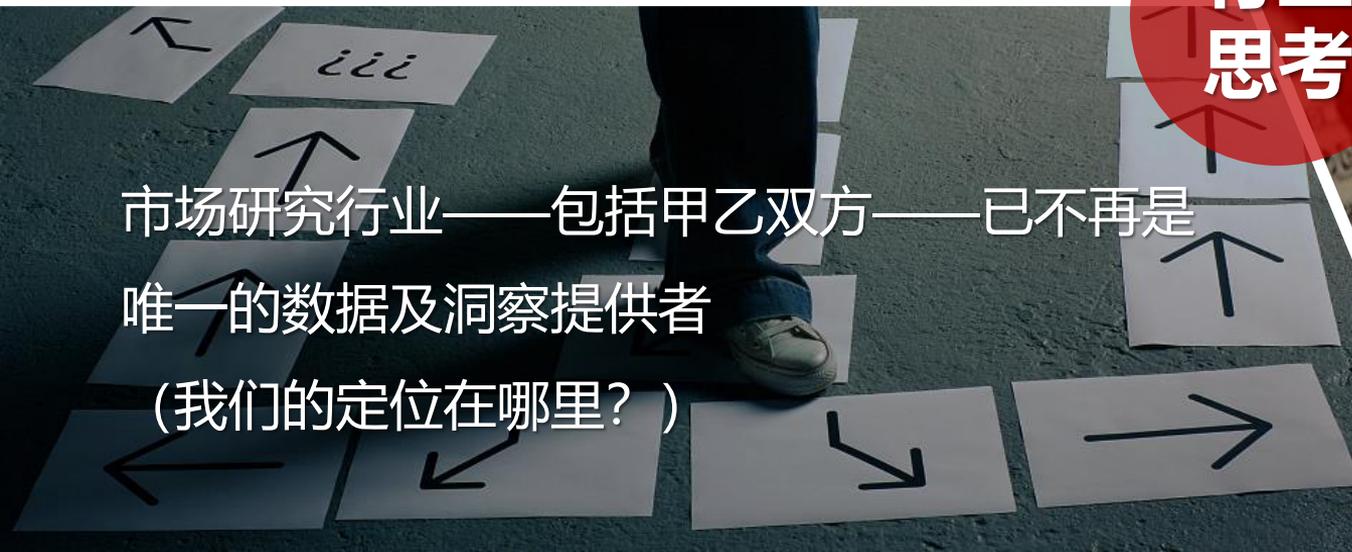
传统市场研究与企业的商业决策及执行脱节，  
研究结果往往有结论没行动，无法落地  
(我们究竟在创造什么价值?)



## 行业 思考



宏观环境变化  
迫使企业更加  
注重每一分预  
算的投入回报



市场研究行业——包括甲乙双方——已不再是  
唯一的数据及洞察提供者  
(我们的定位在哪里?)



如何**破**局？

# 回到原点

用户洞察的本质

以用户为中心，数据驱动的营销决策支持

乙方存在的价值

赋能于客户，帮助客户让洞察驱动业务增长



# 赋能的核心 - 落地、效率

- 研究需求背后的真正业务问题是什么？
- 研究成果如何在企业内部应用？
- 如何加强企业内数据管理、信息传播和知识管理的效率？
- 如何帮助洞察适应和融入整个大数据生态？
- .....



# 如何赋能

Connector

多元数据打通

Analyzer

复杂数据环境下的分析

Enabler

数据和洞察应用到业务中



# 如何赋能

**Connector** 多元数据打通

**Analyzer** 复杂数据环境下的分析

**Enabler** 数据和洞察应用到业务中

# 企业内部视角 – 几个主要数据之间割裂

- 为企业建立端到端的客户数据应用闭环
- 利用客户数据来驱动营销和业务发展



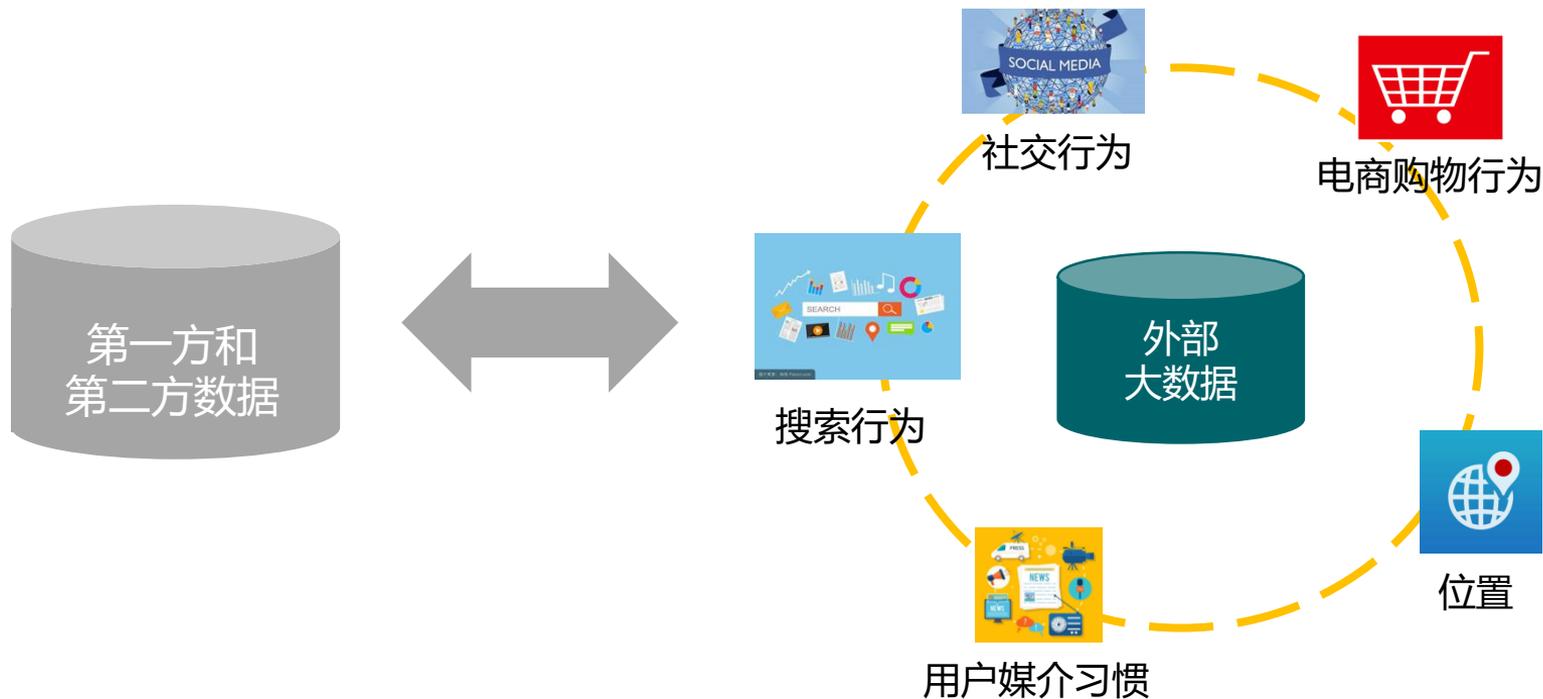
- 结合数字营销手段和客户数据,提升企业曝光和销售转化

- 利用市场和用户数据获得洞察,指导企业决策

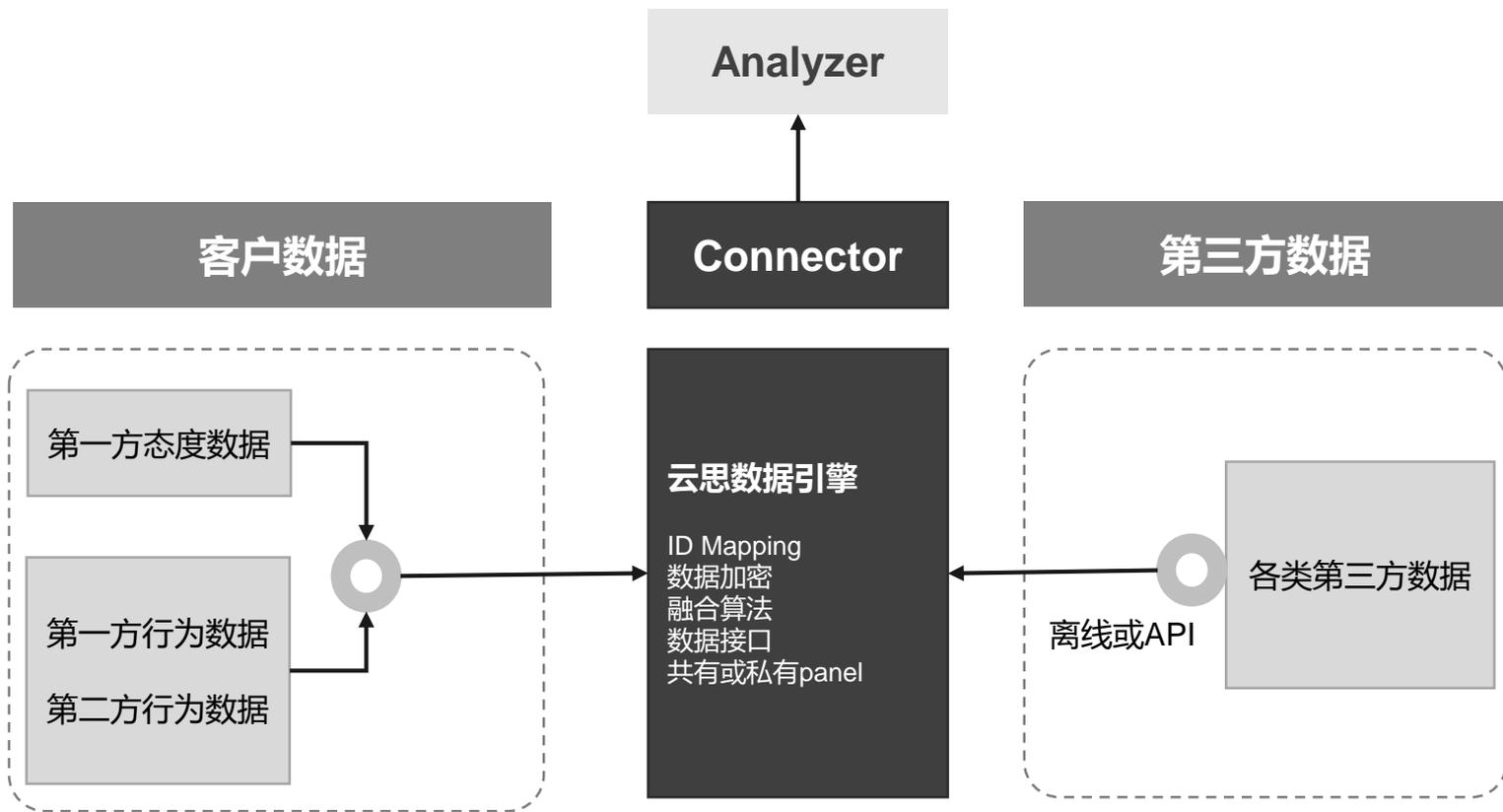
- 为电商带来更多高质量流量,达成电商销售转化

来源: 参考于勇毅《大数据营销》

# 企业外部视角 – 与各个大数据之间打通成本高昂



# 以第三方角色成为数据的“关联者”

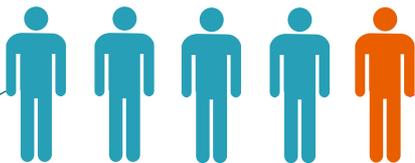


# 案例：手机品牌的主观和客观数据关联

80%的消费者声称的手机品牌和答题品牌一致

强势母品牌下的子品牌  
辨识？

实际使用荣耀的受访者中，53%  
声称使用的是华为品牌，尽管荣  
耀品牌也在选项之列



拥有不止一部手机？

买到山寨货而没察觉？

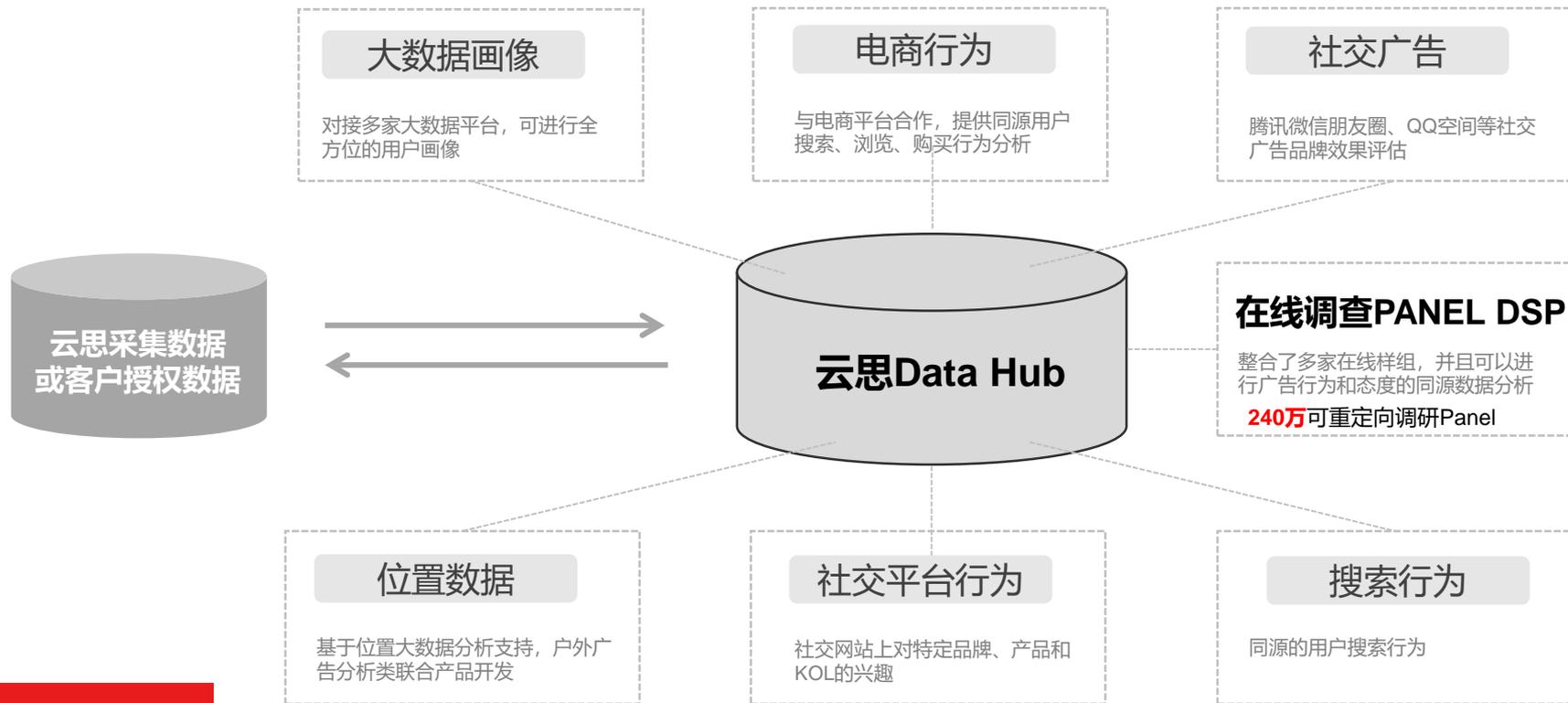
假装在用XX品牌？

.....

- 问卷和设备ID关联
- 设备ID分析

# 云思连接多家大数据平台，实现合规的同源数据分析

通过用户授权、群体数据分析等方法保证大数据分析的合法和合规。不对用户进行任何营销触达。





# 如何赋能

Connector

多元数据打通

**Analyzer**

**复杂数据环境下的分析**

Enabler

数据和洞察应用到业务中

A photograph taken from the perspective of a passenger looking out of an airplane window. The view shows the white wing of the aircraft, with a blue stripe along the leading edge. Below the wing, a vast, snow-covered mountain range stretches across the horizon. In the foreground, a large, turquoise lake is visible, surrounded by snow. The sky is a clear, pale blue with some light clouds. The text "飞机不是金属和橡胶的简单组合" is overlaid in the center of the image.

飞机不是金属和橡胶的简单组合

# 一个案例：哪次户外广告效果好

同一城市

同样的户外广告位和投放时间长度

同样的目标群体（户外广告位置附近居民）



A广告：2017年9月1日-28日

500万人次触达

B广告：2017年10月1日-28日

700万人次触达

# 复杂数据时代，需要一套新的方法论去除噪音，揭示洞察

## 新分析方法

复杂数据



- 大数据中的抽样
- 实验设计
- In-market Test
- A/B Test
- 行为和态度的关联

.....

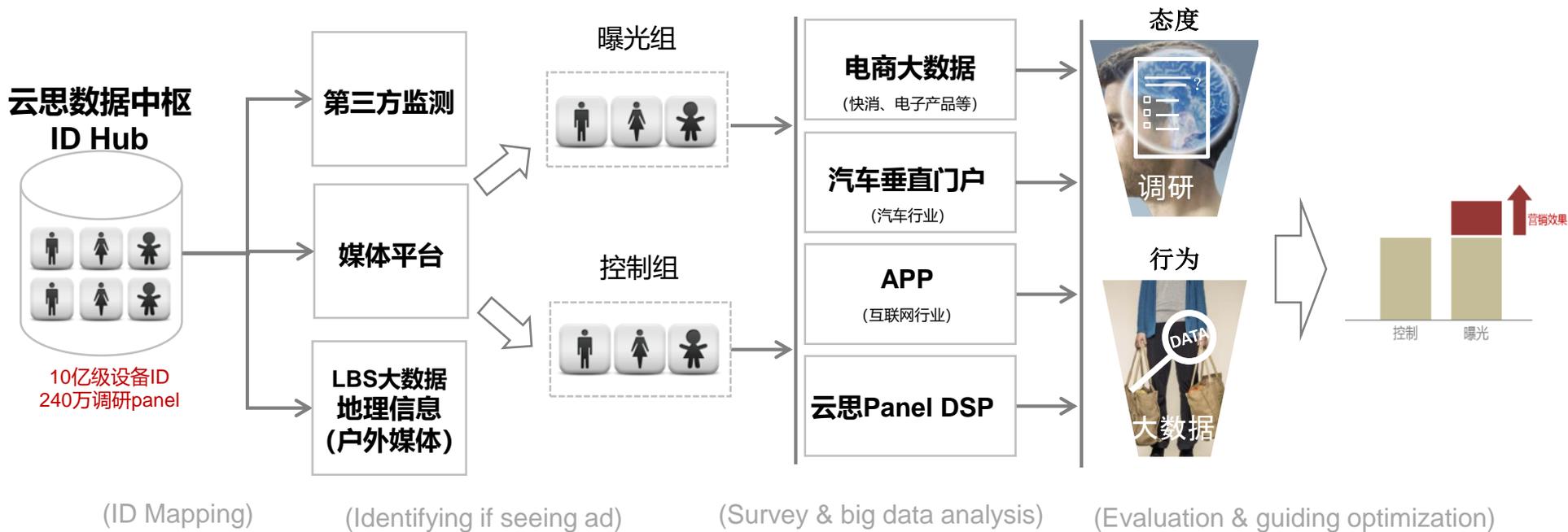


营销者可以理解和应用的结果



# 通过AB测试（实验设计）获得可靠结论

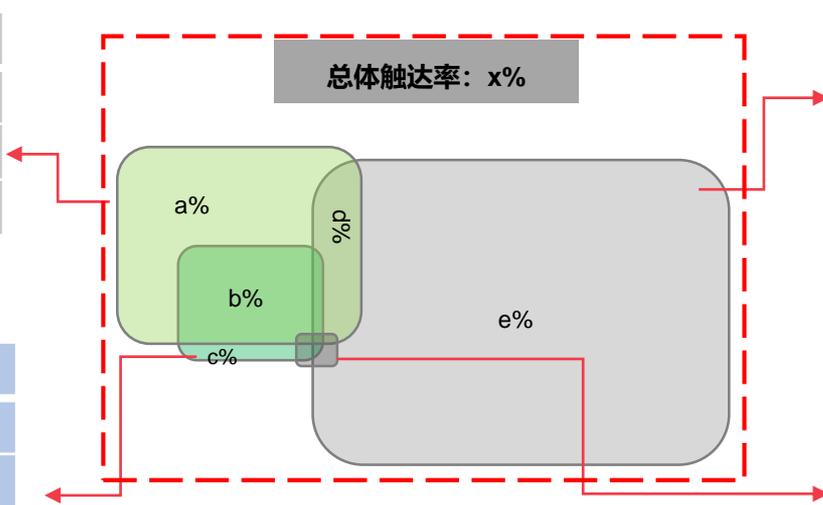
云思广效通——广告效果评估解决方案的实验设计架构



# 案例：基于panel的跨媒体触达分析

LCD (媒体组合触达率)	
整体	
单独到达	
与候车亭重叠	

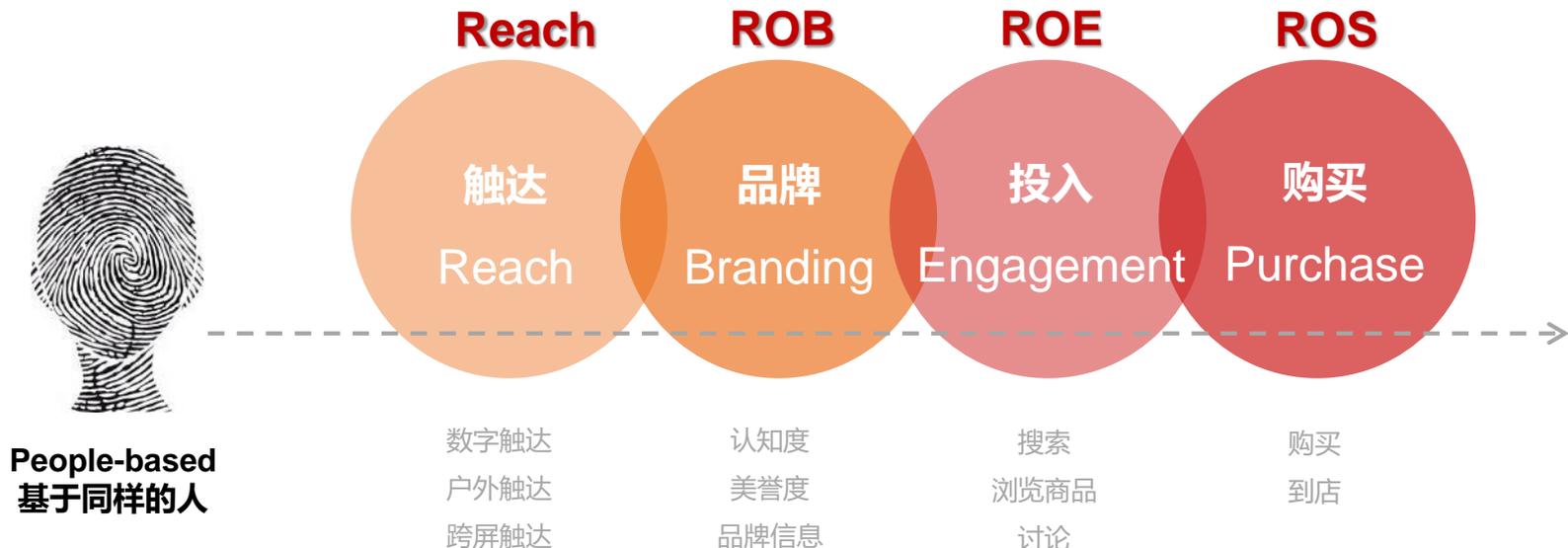
机场 (媒体组合触达率)	
整体	
单独到达	



线上 (媒体组合触达率)	
整体	
单独到达	
与LCD重叠	

地铁 (媒体组合触达率)	
整体	
单独到达	

# R4——复杂数据环境下的同源数据广告效果评估方法



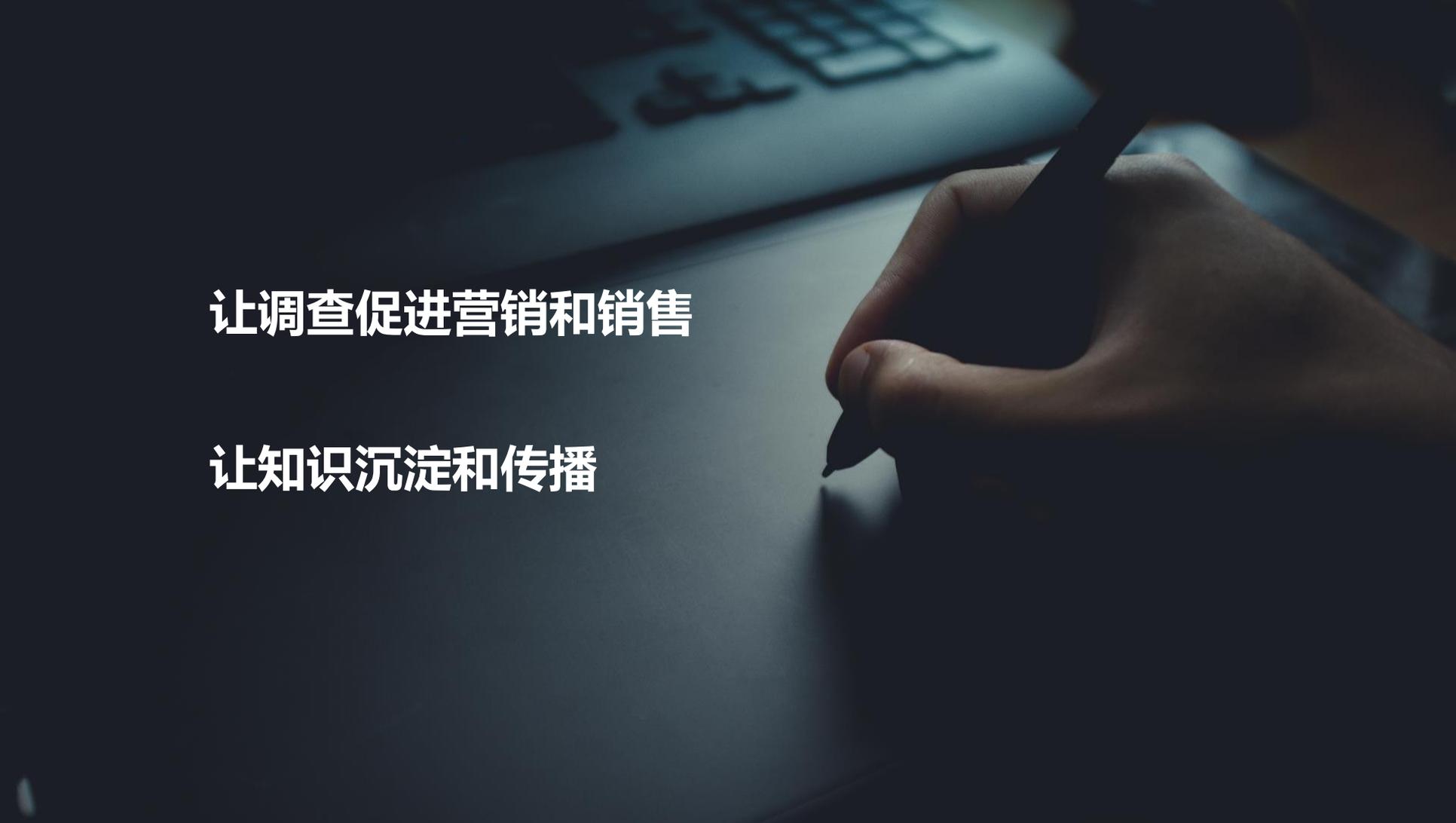


# 如何赋能

Connector 多元数据打通

Analyzer 复杂数据环境下的分析

**Enabler 数据和洞察应用到业务中**

A close-up, low-angle shot of a person's hand holding a black pen, poised to write on a dark surface. In the background, the keys of a laptop are visible, illuminated by a soft, blue light. The overall atmosphere is professional and focused.

**让调查促进营销和销售**

**让知识沉淀和传播**

# 一份挽救无数生命的评分

- 阿普加评分表

- 新生儿出生后1分钟和5分钟打分2次

	0分	1分	2分
皮肤 颜色	全身泛蓝	手足呈蓝 身干粉红	无发绀 身干及手足粉红
脉搏	无	<100	>100
反应	对刺激无反应	刺激时会哭泣	刺激时会喷唾/咳/拉开
肌肉张力	无	关节部分收折	活动
呼吸	无	弱小或不规则	强

- 最高为10分，表明新生儿非常健康；7分~9分表明新生儿健康状况正常；4分~6分表明新生儿健康状况较差；获0分~3分的新生儿需要立即采取紧急措施抢救。

# 即使是态度数据，也可以快速落地



**及时，甚至是实时的**



**到个体的**



**引发明确行动的**



# 提升传统研究效率的机会 – 标准化和自动化



# 案例：快餐客户店内新品测试研究，快速将消费者在真实环境中的体验传递给公司内部

## 1.使用标准模板设置问卷

## 2.门店邀请顾客试吃，扫码填答问卷后换取奖励

No agency – 不需要研究公司进行问卷设计、采集和分析

No scripting – 不需要设计问卷和编程，基于模版自动生成问卷

No sampling – 有能力进行大规模的数据采集

Real time – 实时监控进度，实时生成报告

## 3.实时监控配额完成进度，及时指导店员邀请对象

## 4.实时查询调研结果，跨项目对比及多维度Norm对比

Online analytics – 在线分析工具，随时查看、分析

- 多重交叉配额下，实时显示“未完成样本”数量，更准确指导下店员

- 实现JAR、非对称等多种量表结果统计
- 多达6层子品类设定，可自由选择norm对比

# 案例：消费者现场体验满意度调查，调研本身成为用户互动和营销活动的一部分

## 现场参观



## 扫码答题



## 参与抽奖



# 调查结束后给一份报告？ NO

在额外人工成本接近为0的情况下...

2周公众号加粉数量超过过去2年总量

经过授权获得超过10%消费者联系方式

现场店销售增长超过15%

实时获得用户体验报告，可随时调整问卷

可评估线下活动对线上销售的影响



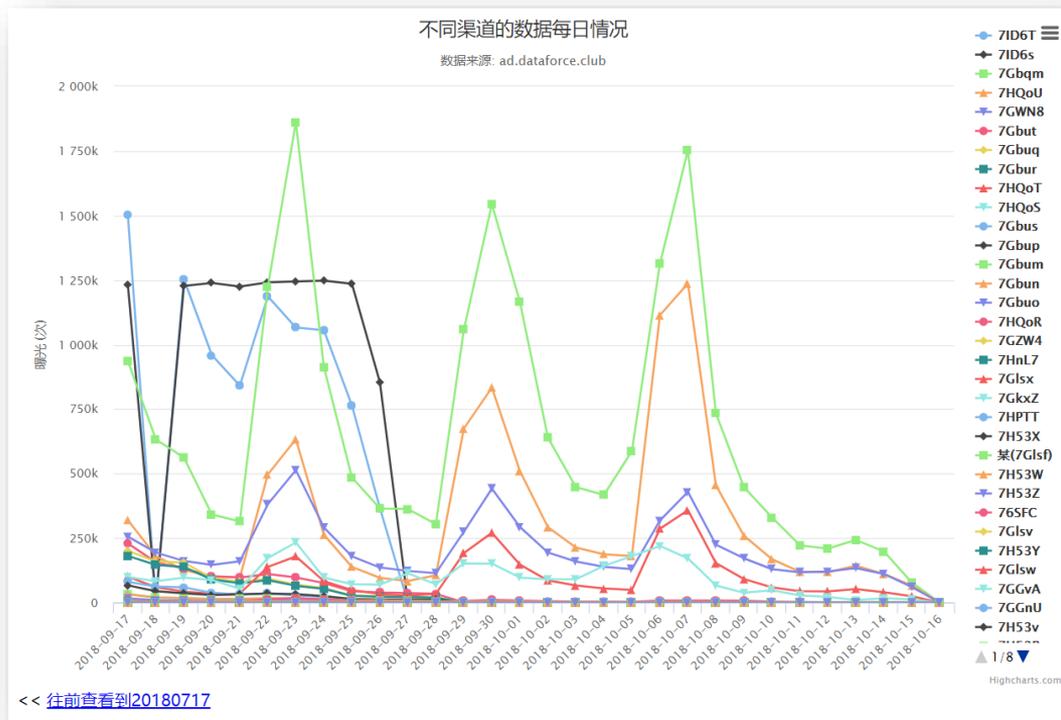


**我们是否在狗熊掰棒子**

# 数据沉淀 - 客户项目数据的沉淀和精细化运营

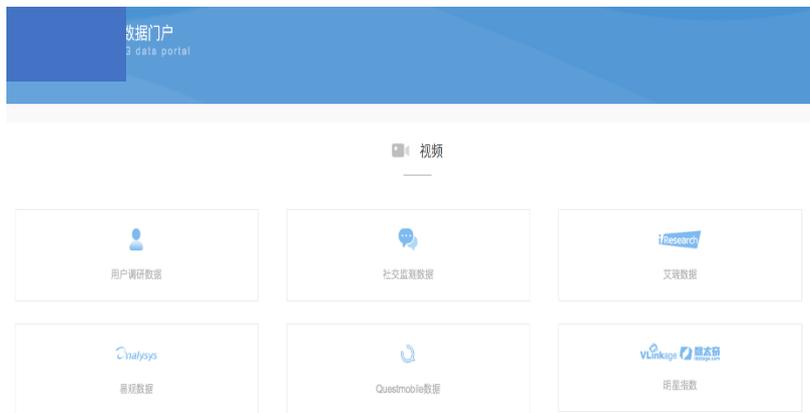
## 云思实践

基于项目的亿级客户数据沉淀，帮助客户建立起来数据池并帮助其精细化运营

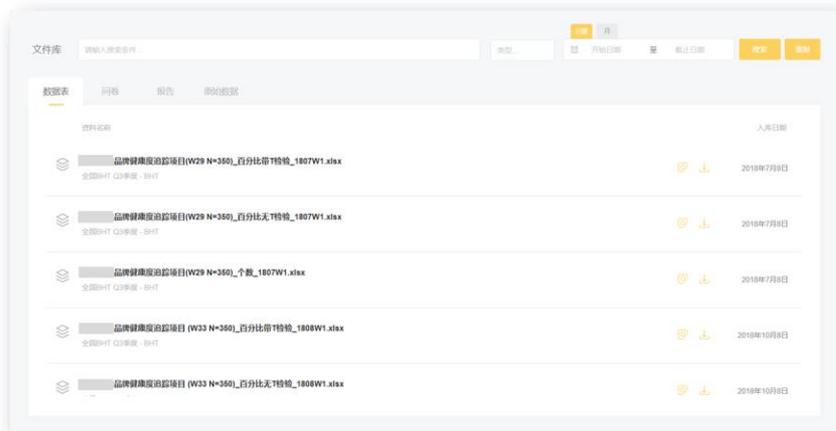


# 知识管理帮助洞察结果的使用和传播

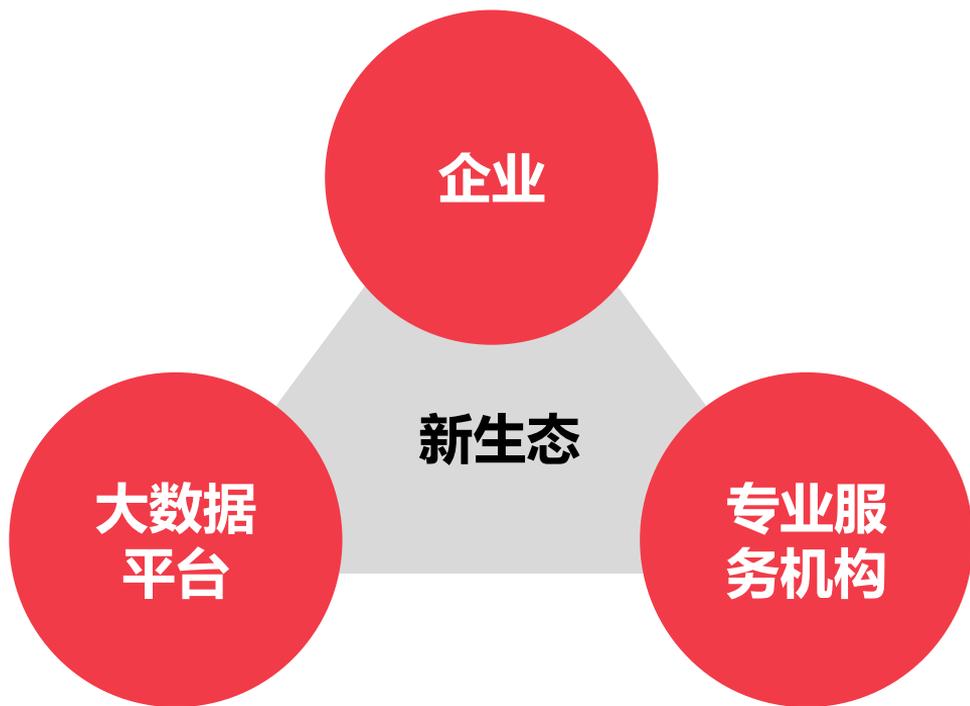
## 聚合了多个数据源的数据门户



## 专项研究的流程和知识管理



## 多方合作，形成复杂数据环境下的洞察生态





**Thank You!**



[www.cloudxink.com](http://www.cloudxink.com)

[Contact@CloudXink.com](mailto:Contact@CloudXink.com)

400 810 0920