

# IBM CUSTOMER INSIGHT SOLUTION

## IBM 精准客户洞察解决方案



### 行业需求概述

根据Gartner对零售业CEO们的行业研究报告显示，在新经济环境下，93%的CEO关注如何与客户的联系更紧密。而对于企业的CMO们，也更加专注于以客户为中心而不是传统的以产品/品牌为中心的模式。为了改进客户忠诚度，零售业商家们必须理解客户，以分析作为驱动，实现客户洞察，找到使客户满意的方法，提供个性化销售和针对性地营销，更好地满足他们的需求。

另一方面，消费者正变得越来越精明，不同的年龄、国家和购物分群中消费者有着不同的喜好，消费者需要被个性化的区别对待，企业需要依赖于技术系统来掌握信息，获悉洞察，从而采取行动：1)客户的接触点遍及各个渠道，客户信息以孤立的竖井式方式存储，散落在各系统中；2)部分信息没有被有效采集与记录，或者重复；3)各业务部门之间对客户定义和认知有很大差别，无法以统一的观点看待客户数据；4)营销目标与效果难以确定，管理与评估。

### 解决方案概述

该解决方案涵盖了统一客户视图，客户数据基础与客户分析与洞察三个部分，支持：

- 从所有交互和接触点(包括市场数据和业务数据，甚至于互联网上)，通过收集，预测分析产生的结果实现客户洞察，甄别客户在不同渠道的购买喜好和模式，利用丰富的人口统计学，行为态度和渠道交互信息，建立全面的客户细分；
- 基于对客户与企业间的完整的关系理解，跨不同渠道进行市场活动调整，针对特定细分客户群提供精确到渠道的定制与客户化；
- 高级分析功能可以确定哪些交叉销售、向上销售对于个人客户是相关、有效的，识别促销活动对运营的影响，确定市场趋势和竞争行动；
- 客户洞察功能使用长时间竞争中收集的客户数据分析客户行为的变化及趋势；
- 围绕客户行为的变化预测客户忠诚度。

### 解决方案价值主张

充分了解客户，从客户视角出发，通过持续的市场洞察，制定精确的市场策略，将智慧的消费者变成拥护者，从而扩大商业利益和企业竞争力。

### IBM软件产品

- MDM Server
- DataStage
- Cognos
- SPSS
- TeaLeaf

### 典型业务场景

客户行为预测，以更好地确定客户购买特定品牌型号的可能性，并确定相关的购买时间，还包括有效地分析和报告客户服务及保修问题。

在互联网包括博客、论坛中获取洞察，并通过深层分析，帮助精准定位消费群体并采取新的市场策略。

### 成功案例

- 卡夫食品
- 菲亚特





© 版权所有 IBM Corporation 2013

IBM、IBM徽标、ibm.com是国际商业机器公司在美国和/或其他国家或地区的商标或注册商标。如果上述和其他IBM商标在本文中初次出现时带有商标符号(®或™)，则表示在此信息发布时，这些商标是IBM拥有的、在美国的注册商标或普通法商标。此类商标在其他国家/地区也可能是注册商标或普通法规定的商标。可在网络上获取IBM商标的最新列表，请查看[ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://ibm.com/legal/copytrade.shtml)的“Copyright and trademark information”部分。未经IBM公司书面许可，不得以任何方式复制或传播本文档的任何部分。

到发布之日止，产品数据都进行了准确性审核。产品数据可能随时更改，恕不通知。关于IBM未来方向或打算的声明仅代表IBM的发展目标，如有变更，恕不另行通知。IBM“按原样”提供本出版物，不进行任何明示或暗示的保证，包括推销期间或出于某种目的而做出的任何暗示的保证。一些法律法规不允许在不预先通知的情况下在某些交易中表达或暗示质量免责声明。

本文中针对IBM和非IBM产品及服务的性能数据是在特定的操作和环境条件下得出的。由任何该产品或服务的执行方获得的实际成果取决于大量特定于该方操作环境的因素并可能有很大差异。IBM不保证此类产品或服务的任何实现能够获得或包含此类成果。本文中包含的有关第三方的任何材料基于从该方获得的信息，并没有独立验证信息的精确性。本文档不等于来自IBM对任何第三方产品或服务的明示或暗示的建议或认可。

客户应自行保证遵守法律法规要求。获取有能力的法律顾问关于确定和解释任何可能影响客户的业务的相关法律和法规要求，以及读者为遵守法律可能必须采取的任何措施的建议是客户自己的责任。IBM不提供法律建议，也不表示或保证其服务或产品将确保客户遵从任何法律或规定。