

# 数筑卓越 据拓未来

——卓越集团大数据应用的实践与思考

郑群

卓越集团数据业务部 数据应用专家



# 卓越集团数据应用对外视角全景预览

目标：完成数据驱动业务的探索与常态化应用。



# 实践

真知



卓越集团

Excellence Group

共筑卓越人生

# 实践01：基于自有客群数据，助力潜客挖掘与触达

**列位客群画像**

**成交客群画像**

**竞品客群画像**

Dashboard 1: Regional Performance Metrics

Dashboard 2: Regional Performance Metrics

Dashboard 3: Regional Performance Metrics

Map 1: Regional Performance

Map 2: Regional Performance



# 实践02：基于城市客群洞察，赋能新盘营销拓客布局

### 大数据研究分析

#### 潜在客群筛选分析

潜在客群筛选分析——应用：基于大数据筛选目标客群

客群特征	筛选条件	筛选结果
年龄	25-35岁	11%
性别	男性	65%
职业	IT/互联网	30%
收入	10-20万	45%
教育	本科及以上	80%

潜在客群筛选分析——应用：基于大数据筛选目标客群

客群特征	筛选条件	筛选结果
年龄	35-45岁	16%
性别	女性	70%
职业	金融/地产	25%
收入	20-30万	55%
教育	硕士及以上	60%

### 一、项目优势

- 1. 区位优势：项目位于城市核心商务区，交通便利，周边配套成熟。
- 2. 产品优势：项目采用国际知名建筑大师设计，品质卓越，居住舒适。
- 3. 配套优势：项目周边名校林立，医疗资源丰富，生活便利。



### 二、项目亮点

- 1. 品牌优势：项目由卓越集团开发，品质有保障。
- 2. 户型优势：项目户型多样，满足不同客户需求。
- 3. 物业服务：项目配备专业物业服务团队，服务周到。



### 三、项目详情

项目地址：XX路XX号

项目规模：XX万平方米

项目进度：XX%



### 四、项目总结

项目优势明显，品质卓越，是城市核心商务区的首选。项目亮点突出，品牌、户型、物业服务均有保障。项目详情如下：

项目信息	详情
项目名称	XX项目
项目地址	XX路XX号
项目规模	XX万平方米
项目进度	XX%

# 实践03：基于城市指标数据，推进城市进入策略研究

研究  
路径

通过房价增长现状，找出过去指标归类，依理判断未来城市房价

过去

找规律

现在

看未来

将来

筛选22个城市指标

(经济、产业、人口、市场等22个指标)

划分2类典型城市

(上海、青岛等2类城市)

研判17个目标城市

(长沙、武汉、广州等17个城市)

举例示意：





# 实践04：基于全域城市数据，辅助投资拿地决策







# 实践05：完善商业项目的客群认知和竞争识别



## 数据应用探索持续进行：

- 延伸到“资产管理”“物业服务”等各领域；
- 完善多业态主数据管理；
- 探索多业态客群统一运营新体系；
- 梳理客户触点，建立触达通道；
- 建立各业态数据应用的制度规范；
- .....



卓越集团

Excellence Group

共筑卓越人生

理性

# 思考



# 基于业务场景的模型建立与沉淀

## SCENE

### 业务场景模型

区别于数据模型

基于房地产行业、产品、运作模式、营销需求、营销痛点来挖掘场景模型；  
比如：项目一线人员的操作能力有限、营销费用归属城市分公司/项目等实际条件；



平台商的行业深耕能力

平台的延展性/定制化能力

平台商的线下支援能力

# 从“画像”到“触达”，满足地产行业需求



**Portrait**  
**用户画像**

产品比较成熟，尤其在前端可视化

+ 业务场景

+ 分级管理，如项目、业态、单店三级



**Reach**  
**用户触达**

产品相对缺少

低频交易对触达的依赖性更高

更符合地产一线人员的实际需求

- 优质触达通道整合能力；
- 线上传播方法的差异识别和宣导；
- 数据沉淀回流的定制开发；
- 效果评估的完整闭环；

# 低频交易下的客户持续运营

高频交易

抽样样本框

- 消费习惯
- 动线规律
- 行为习惯

零售、公共服务

VS

低频交易

完整样本框

- 地理位置/产品差异
- 购房需求挖掘
- 购房频次

房产交易

# HOW

## 客户持续运营怎么做？

触点 平台 权益 黏性培养 内容运营 多业态互动

第三方数据补齐 数据处理能力 客户触达能力

# 大数据概念下的误区和困扰

数据应用

VS

“大数据”

数据源

VS

标签

客群定位

VS

“精准投放”

回归理性看大数据

数据饱和度至关重要

业务人员倍受“伪概念”的困扰

标准化平台产品与线下业务开展的矛盾



卓越集团

Excellence Group

共筑卓越人生


# 展望

未来





# 展望



合作 • 探索落地模式  
场景 • 建立行业标杆



# THANKS