

数筑卓越拥拓未来

-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



行业透视 走势预测

降低成本 提升效率

WHY

挖掘外部 增值机会

用户数据 持续运营 交互营销 跨界合作



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。



用户/ 目标层



访客













第三方 数据

客户数据中心

交易客户数据 到访云客客户数据 公众号粉丝数据 MAC地址数据 物业业主数据 商业会员数据 租户数据 门禁数据

场景/ 模型层

- ı
- 基于案场的到 访传播项目粉丝数据
- 项目粉丝数据 的精准运营与 转化
- 基于拓客线索 建模寻找潜客
 - 基于项目自身 数据进行放大 后的精准闭环 广告触达
- 基于指定号码
- - 基于浏览数据 精准撬动分销 平台客户
- · 基于互联网通 道的数据收集 与运营
- 基于外部平台 数据的合作与 数据交换打通
- 基于项目自身 数据的客群洞 寥
- ** 基于项目自身 数据进行放大 后的精准闭环 广告触达
- 降低成本,提

服务厂商

城市数据

线上行为数据 线下行为数据

房产交易数据 房产关注数据

房产预测数据

平台/ 通道层

- 卓越集团云客公众
- 城市公司公 号
- 腾讯云广点通
- 品友互动
- MP

- 运营商
- · 房产APP
- 微信公众号 营商 • 口碑/支付5
 - 口碑/支付宝客流探针
 - ibeacon

- 腾讯云
- 阿里

- 支付宝
- 阿里影业
- 阿里出行阿里集采

集团内部信息系统



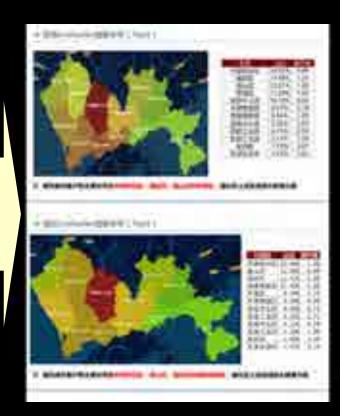


实践01:基于自有客群数据,助力潜客挖掘与触达











实践02:基于城市客群洞察,赋能新盘营销拓客布局

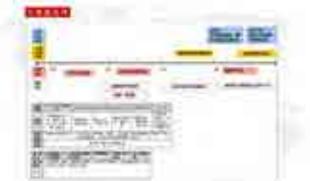














实践03:基于城市指标数据,推进城市进入策略研究







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;
- •





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





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



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





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





