

# 用大數據建立「智」勝品牌

劉建南

香港中文大學市場學系教授

市場工程中心主任

2014年7月15日

# 1. 品牌意义



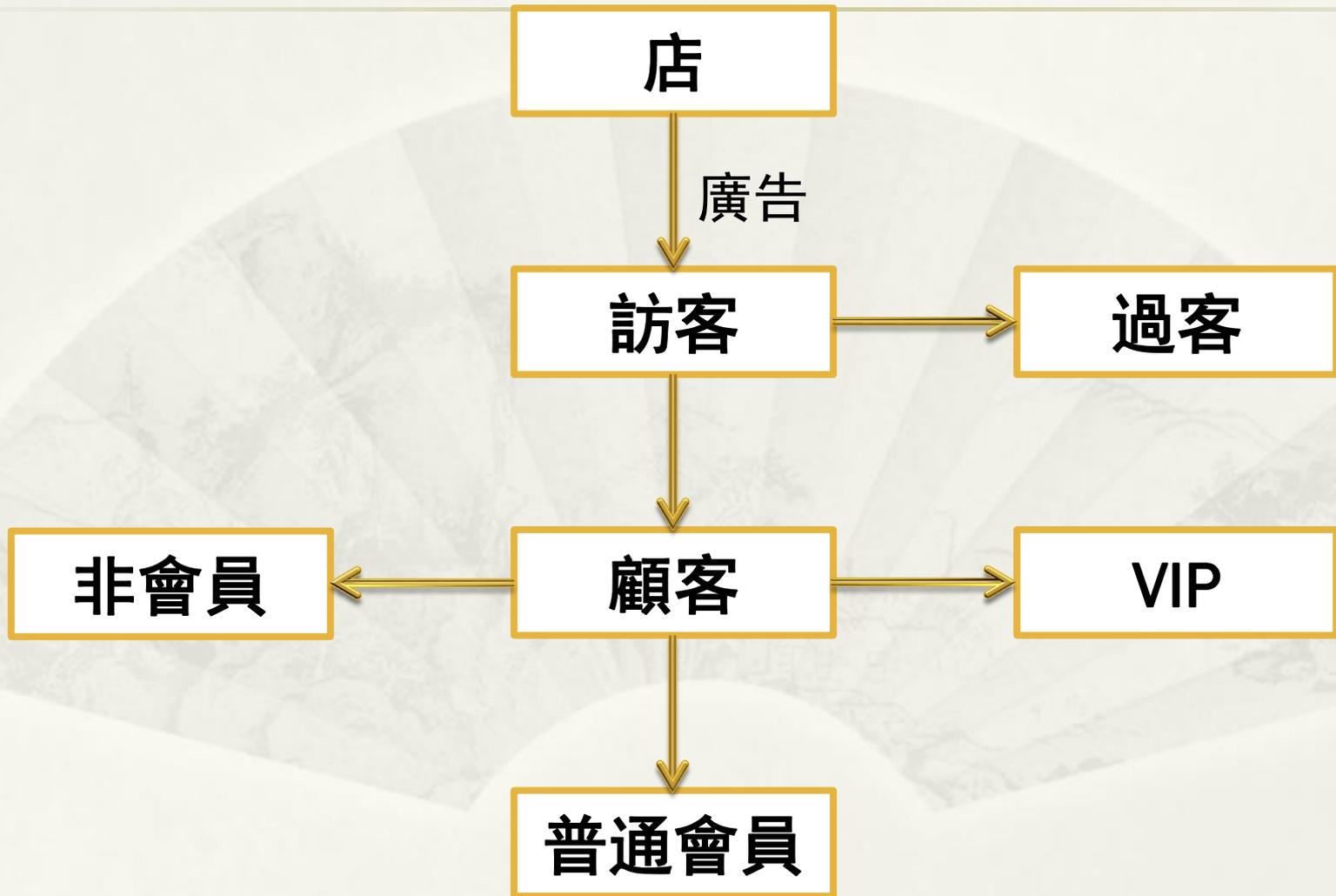
## 2. 「智」勝品牌



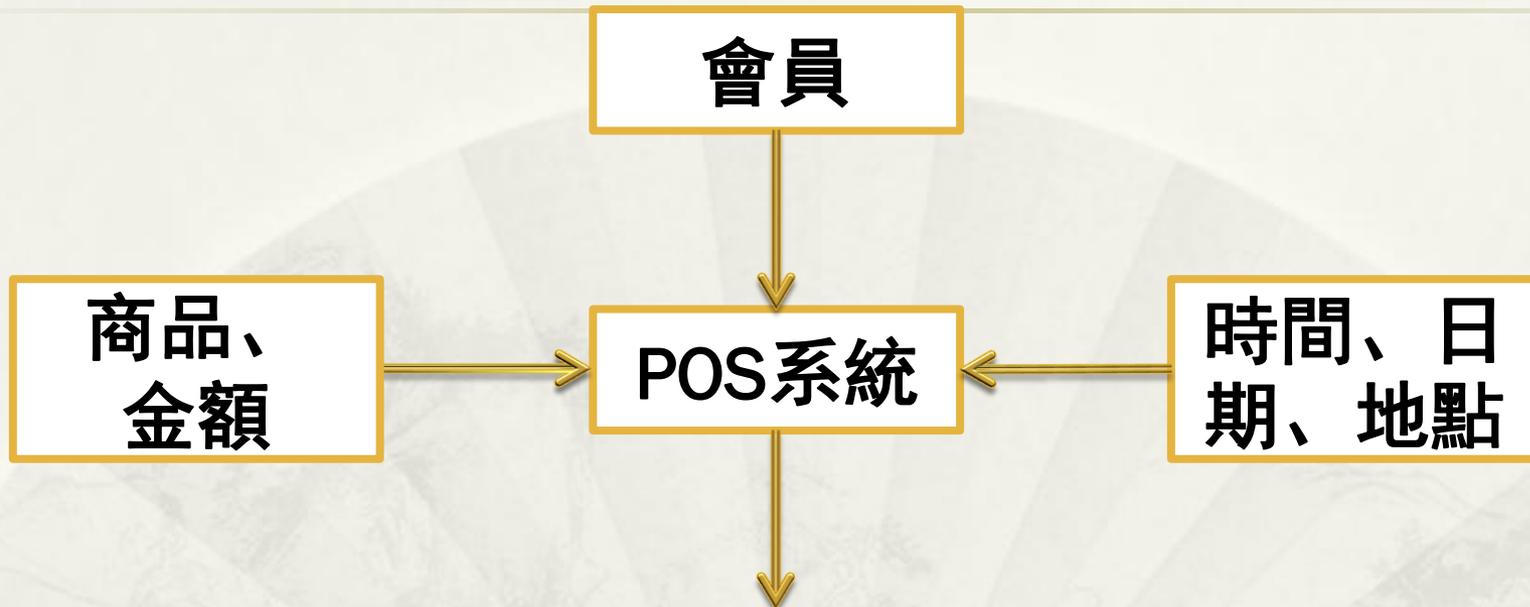
### 3. 客戶關係



# 4. 了解客流



# 5. 了解會員



ID	R (多少天沒來)	F (購買次數)	M (總消費)	購買產品	行為
01	10	3	1000	A, B	週末購物
...					

# 6. 會員分類

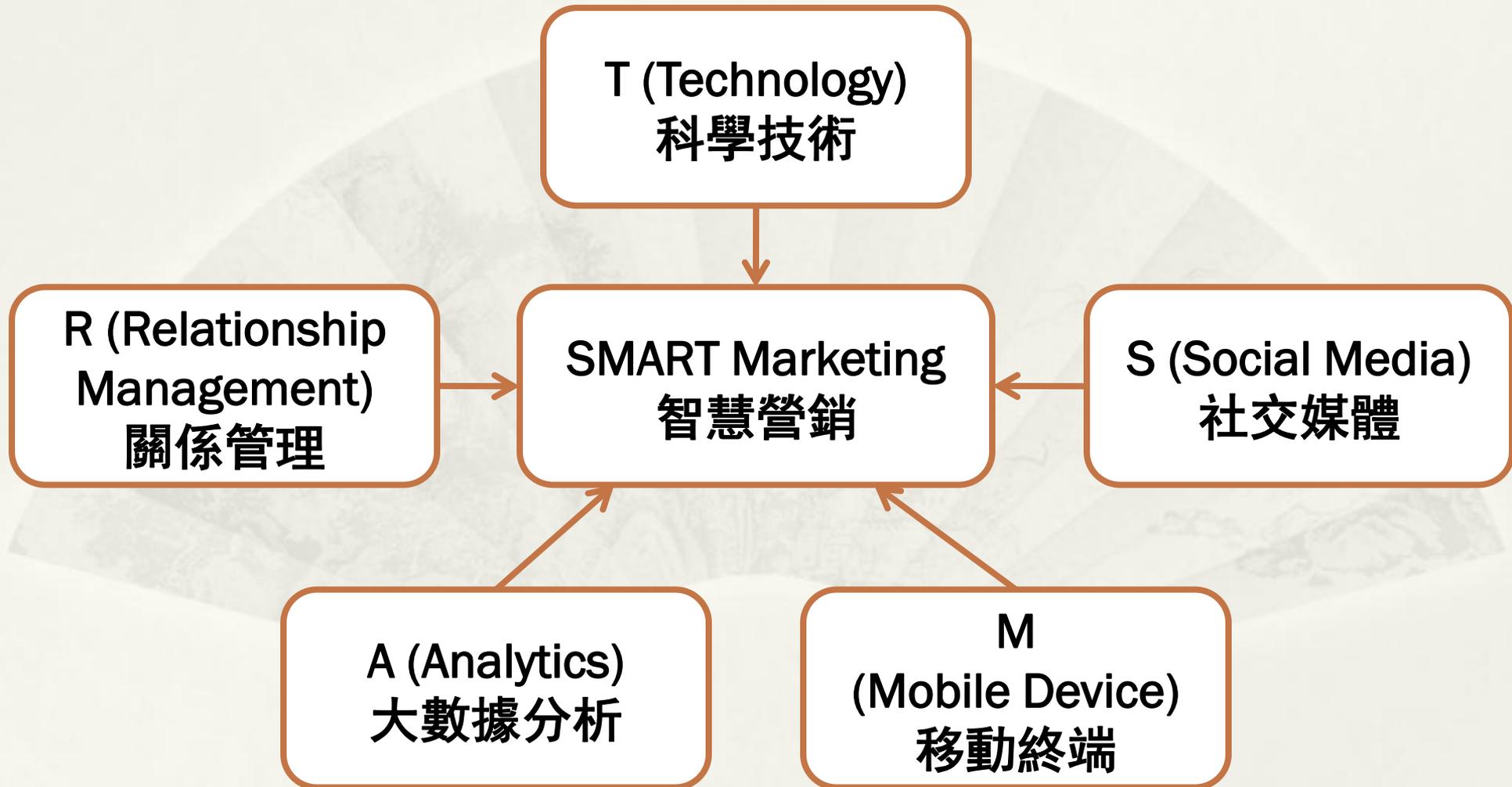
F  
(購買次數)

	低	高
R < 90	花心	癡心
90 < R < 180		變心
180 < R < 360		傷心
R > 360		沒良心

# 7. 數據營銷

客戶	營銷
癡心	MGM
花心	交叉銷售
變心	客戶保留
傷心	聯盟營銷
沒良心	忘記他

# 8. 智慧營銷



# 9. 培訓課程

主辦單位	香港中文大學市場工程中心
培訓內容	SMART Marketing（智慧營銷）
培訓天數	兩天（星期六）
培訓地點	中大校園
培訓日期	2014年9月
培訓費用	完全免費

# 10. 研究合作

<b>主辦單位</b>	<b>香港中文大學市場工程中心</b>
<b>研究內容</b>	<b>零售企業營銷數據 初步整理分析及應用</b>
<b>研究人員</b>	<b>香港中文大學學生</b>
<b>研究時期</b>	<b>2014年10月1日 –2015年5月31日</b>
<b>研究費用</b>	<b>完全免費</b>