

用大數據建立「智」勝品牌

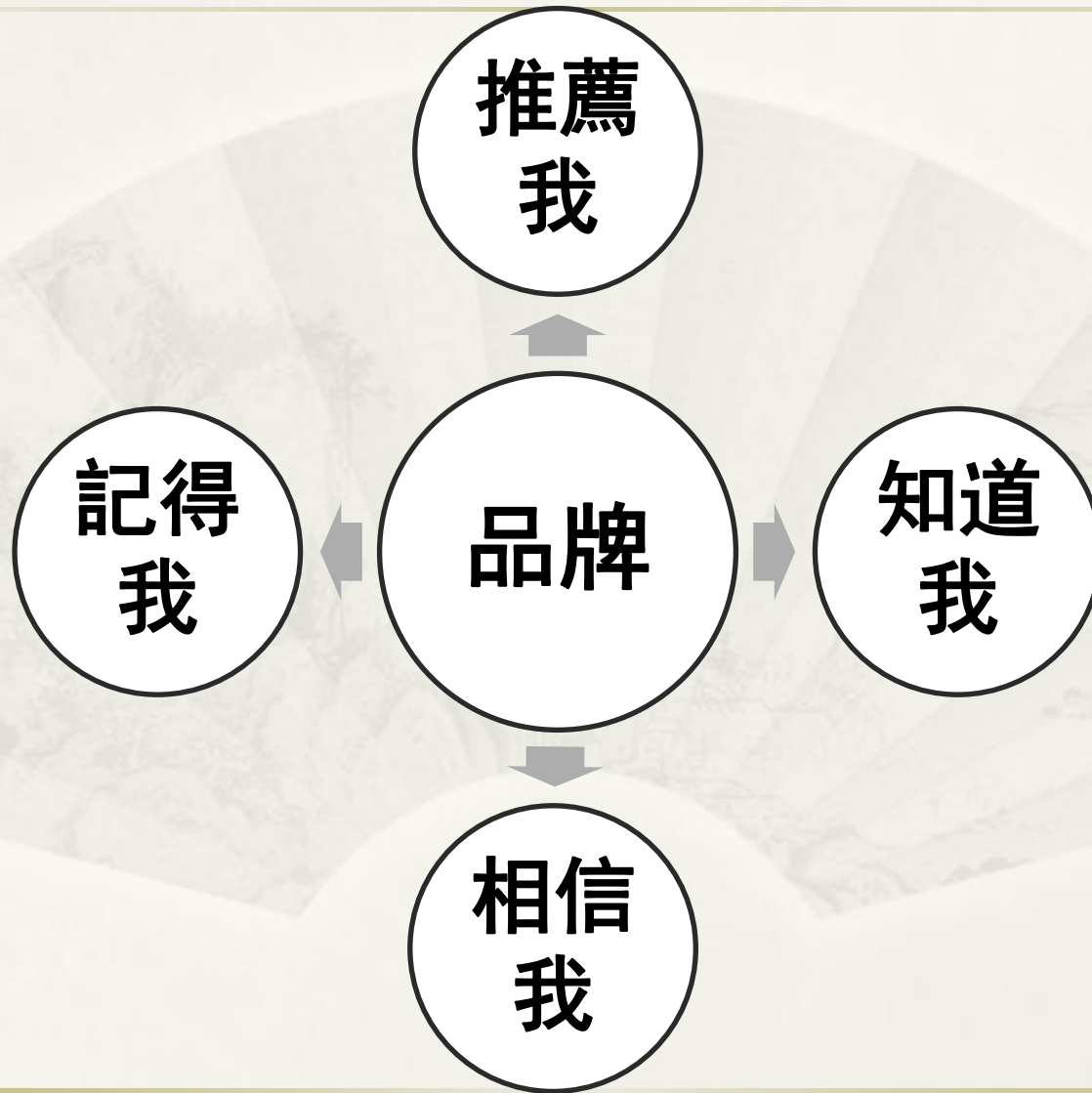
劉建南

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



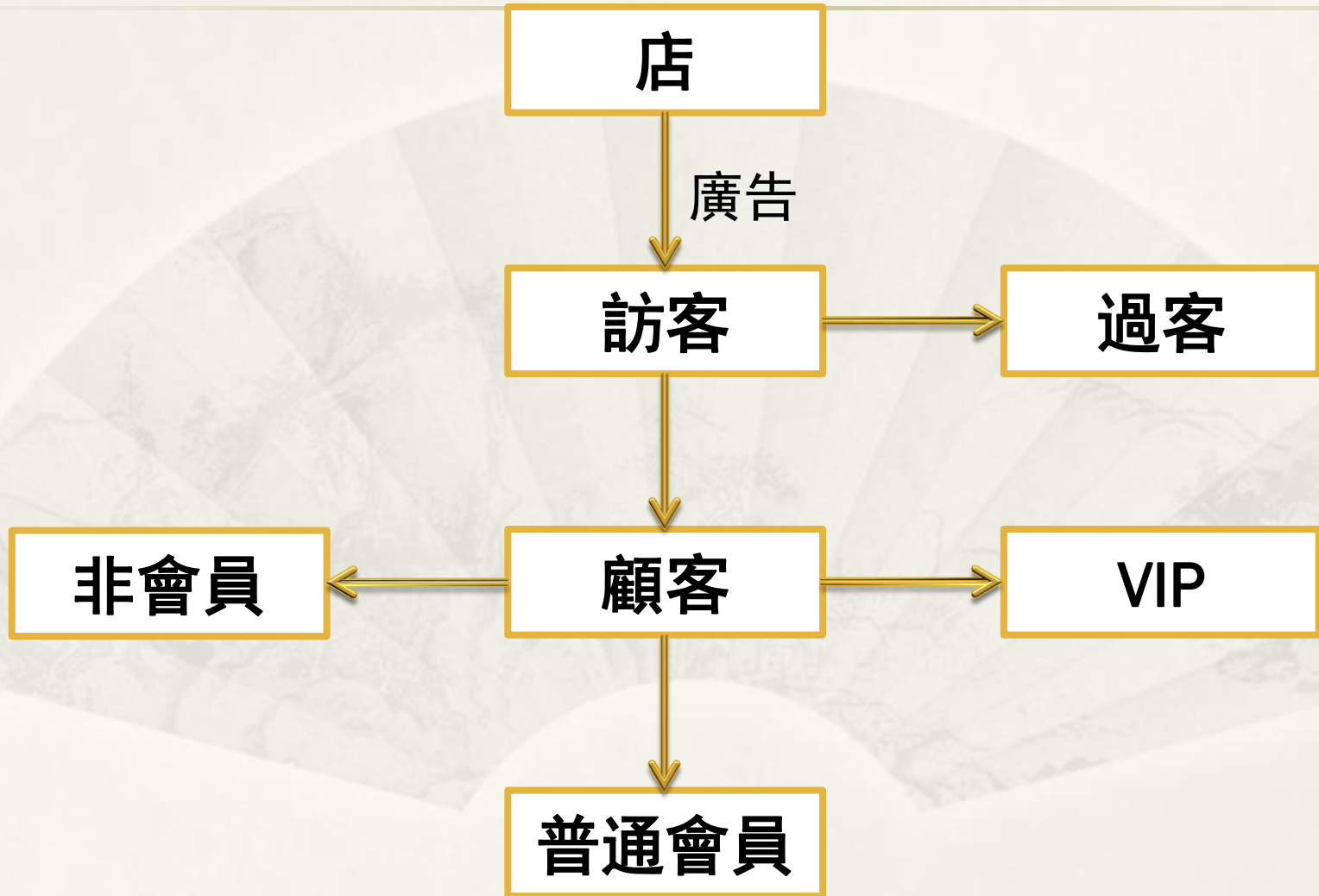
2. 「智」勝品牌



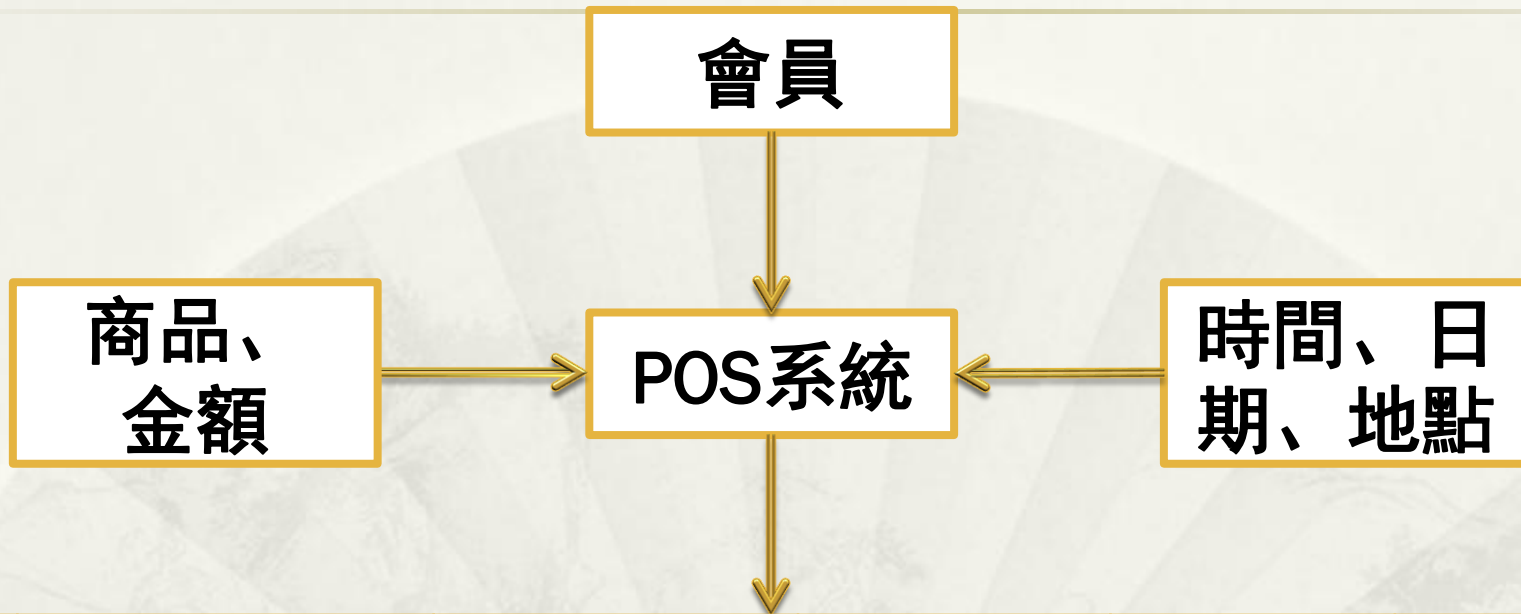
3. 客戶關係



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)

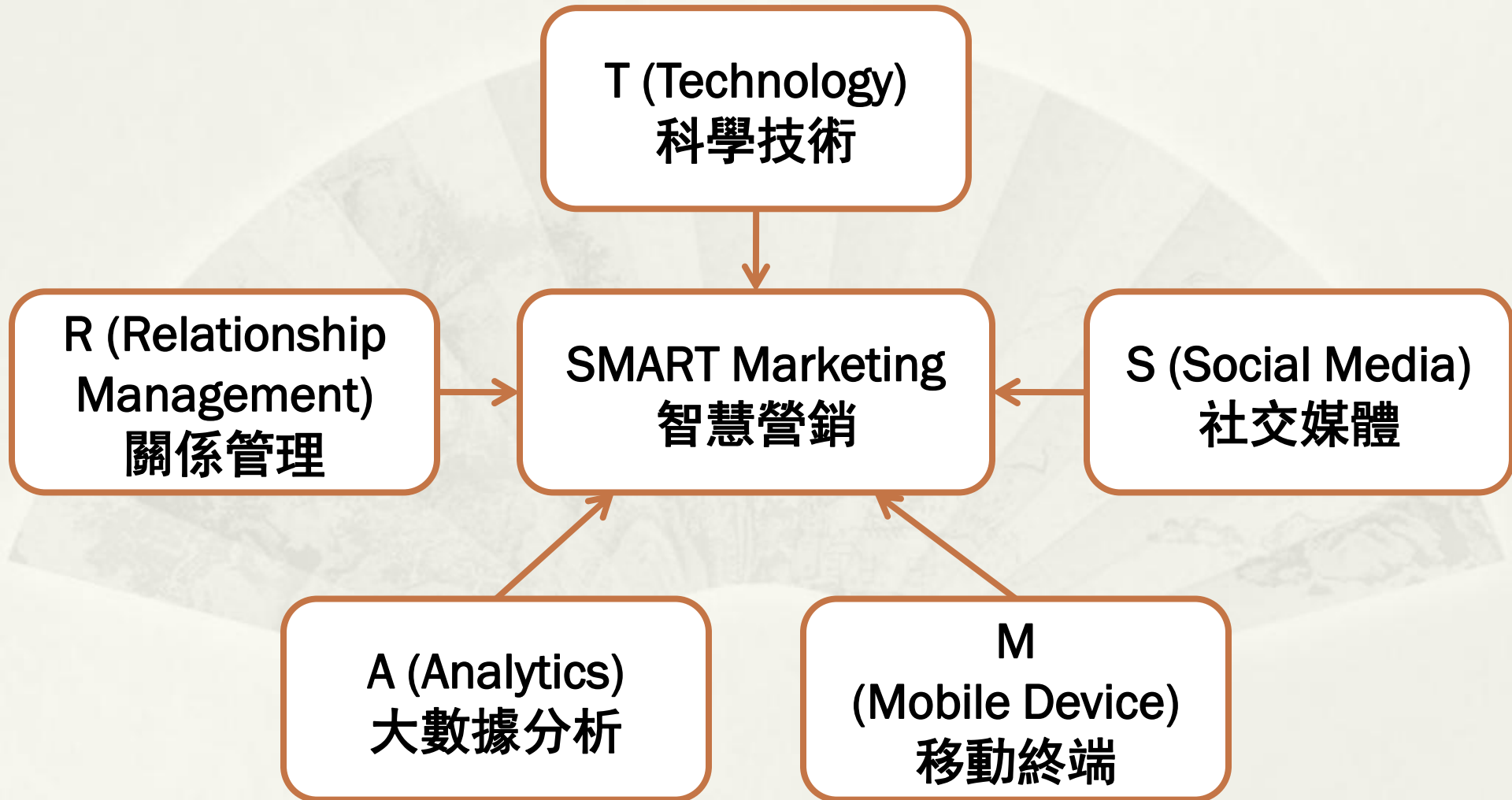
	低	高
R < 90	花心	癡心

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

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