

# 精准营销方法与案例



[精准营销方法与案例\\_下载链接1\\_](#)

著者:GertrudeH.N.Laursen

出版者:人民邮电出版社

出版时间:2013-7

装帧:平装

isbn:9787115313058

精确营销方法与案例：大数据时代的商业分析》共9章内容，第1章主要对全书做总体介绍；第2章指明根据客户对企业的价值，企业要以不同的方式对待不同客户群体；第3章描述了如何完成和实践基于价值的客户细分；第4章阐述了如何通过客户分析帮助企业获取客户；第5章阐述了对于现有存量客户，企业如何加速客户成长和提升销售的不同方法；第6章阐述了提升客户生命周期的不同方法；第7章描述了如何生成和使用事后信息，用于监测和控制现有流程；第8章讲述了如何将客户分析或营销部门获取的信息用于全公司层面，如何进行客户分析的知识管理；第9章提供了一个案例研究。

《精确营销方法与案例：大数据时代的商业分析》目标读者对象包括企业市场经营管理人员、客户管理和服务经理、营销策划经理、销售经理、数据分析人员、IT系统运营人

员、BI从业人员、社交网站分析人员以及统计学、应用数学及计算机专业学者和研究人员。

作者介绍:

GERT H.N.

LAURSEN，马士基公司的客户智能的领导者，马士基是世界上最大的集装箱航运公司。他聚焦于借助各种数据来帮助组织从产品导向转向以客户为中心，这些数据源包括数据仓库、市场调查、客户访谈、销售组织以及专家访谈等。

漆晨曦，从事企业专业数据分析、数据挖掘、精确营销、BI业务规范研究15年，专业积累深厚，曾经完成国内通信行业第一个数据仓库业务规范设计，发表精确营销专业研究论文十余篇。

目录: 第1章 概述 1

- 1.1 本书的关键概念界定
- 1.2 超越技术解决方案
- 1.3 何谓信息化策略
- 1.4 流程变化的改革与演进
- 1.5 客户细分和数据仓库
- 1.6 基于数据仓库信息的客户细分
- 1.7 基于非数据仓库信息的客户细分
- 1.8 其他考虑

参考文献

第2章 认定你所需要的：策略层面的菜单 17

- 2.1 “鲸”的展示
- 2.2 客户价值评估
- 2.3 从策略到菜单
- 2.4 基础CRM策略
- 2.5 利用客户分析支撑CRM策略
- 2.6 一些建议

参考文献

第3章 识别客户价值的事前信息：菜谱 37

- 3.1 为谈判目的的客户价值评估
- 3.2 基于价值细分的客户价值评估

第4章 事前信息：新的客户获取行动启动前所需了解信息 59

- 4.1 活动开展之前
- 4.2 发现最有价值的目标客户群
- 4.3 目标客户群特征刻画
- 4.4 如何使用决策树
- 4.5 利用数据仓库数据基于需求创建客户细分
- 4.6 利用数据仓库数据基于价值创建客户细分
- 4.7 利用问卷数据基于需求创建客户细分
- 4.8 调查问卷设计
- 4.9 基于专家意见的客户细分
- 4.10 动态回顾客户获取流程

参考文献

第5章 事前信息：新的销售活动启动前所需了解信息 93

- 5.1 活动开展之前
- 5.2 发现最有价值的活动
- 5.3 目标客户群特征刻画
- 5.4 替代产品优惠促销

- 5.5 钱包份额的争夺
- 5.6 捆绑套餐推销
- 5.7 利用问卷数据和专家访谈发展活动
- 5.8 动态回顾CRM销售流程

参考文献

## 第6章 事前信息：客户保持 121

- 6.1 活动开展之前
- 6.2 客户保持概述
- 6.3 发现最有价值的活动
- 6.4 提高现有活动的命中率
- 6.5 单一活动客户识别
- 6.6 建立简单的报警系统
- 6.7 建立复杂的信息和报警系统
- 6.8 基于调查的客户保持和忠诚度计划
- 6.9 基于专家访谈的忠诚度计划
- 6.10 动态回顾客户保持流程

参考文献

## 第7章 利用事后信息 151

- 7.1 本章结构
- 7.2 事前信息和事后信息之间的关系
- 7.3 事后信息的利用方式
- 7.4 事后信息作为战略目标的纽带
- 7.5 细分客户群和收入变动模型的纽带
- 7.6 对连续型活动进行活动效果跟踪
- 7.7 模型固化并用作输入
- 7.8 对单个活动进行活动层面效果跟踪
- 7.9 客户层面的活动效果跟踪

## 第8章 利用学习型信息：菜谱 167

- 8.1 供其他同级部门使用的学习型信息
- 8.2 利用学习型信息提升企业战略
- 8.3 流程完善发展

参考文献

## 第9章 有关客户保持策略的案例研究 179

- 9.1 团队组成
- 9.2 计划层面的事前信息
- 9.3 “快乐”流失专题
- 9.4 “不快乐”流失专题
- 9.5 “不应该包括进来”专题
- 9.6 “合理对待”专题
- 9.7 项目结果和下一步工作

译者后记 195

• • • • • (收起)

[精准营销方法与案例\\_下载链接1](#)

标签

营销

数据分析

大数据

管理

商业

产品

市场营销

◆★◆【易促宝】---品牌策划、全网营销!

## 评论

过于浮皮潦草和灌输化，适合给管理人员了解一下数据分析在营销里的应用。没了

-----  
[精准营销方法与案例\\_下载链接1](#)

## 书评

◆★◆加V: yicubao 或访问【易促宝】官网◆★◆  
108种微推广的方法，10大最好的最权威的seo优化公司，2016年微商发展趋势，微商做什么产品好，2016年微商怎么做推广，微商怎么找客源，2016微商有什么新产品，微商做什么最赚钱，

-----  
[精准营销方法与案例\\_下载链接1](#)