

# 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

《精准营销方法与案例: 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章讲述了如何将从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。

《精准营销方法与案例: 大数据时代的商业分析》目标读者对象包括企业市场营销管理人员、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](#)