

大数据营销



[大数据营销_下载链接1](#)

著者:【美】丽莎·亚瑟 (Lisa Arthur)

出版者:中信出版社

出版时间:2014-5-5

装帧:

isbn:9787508645346

在今天以客户为中心的市场环境中，了解如何使用大数据来开展、评估营销活动是极其重要的。如何从繁杂的大数据中提炼最有价值的客户信息，从而开展精准、有效的营销活动，是所有营销人员面临的挑战。

本书作者从多年营销经验出发，揭示大数据的营销价值，并采用经典案例、平实通俗的语言阐述大数据如何运用于市场营销领域。更独创5步营销法，提升营销效率，增强营销效果，创造最有价值的市场营销行为。

在本书中，你会发现：

- 如何利用数据，精确定位客户；
- 如何从繁杂数据中提炼有用信息；
- 如何量化营销效果；
- 如何使用5步营销法建立有效营销；
- 如何增强营销相关度；
- 如何有效管理和控制营销费用；
- 如何提高营销投资回报率；
- 如何促进营销和公司价值增长；
- 如何提升客户体验。

对于想要更好地理解大数据、理解市场营销，也想吸引消费者、促进价值增长的营销人员和管理层来说，本书不容错过。

作者介绍：

丽莎·亚瑟：Teradata公司整合营销应用解决方案首席营销官。负责全球应用解决方案的业务、市场和品牌战略，带领团队实现整合营销管理应用解决方案的业务增长。

丽莎·亚瑟每年通过演讲和会议活动，与数以千计的首席营销官和市场营销专业人士会见交流。

目录：★ 目录

推荐序 数据驱动型营销：市场营销新未来

前言

第一部分 我们是怎么到这的

第一章 走出传统营销的阴影

数字化冲击的威胁

数据启蒙时代

第二章 为什么市场营销已经过时

战术营销

人工营销管理

孤立的数据与实时互动需求

市场营销价值不清晰

缺乏人才和培训

散乱与经常缺失的数据

第三章 数据毛球

什么是数据毛球

数据毛球和客户体验

艺术与科学的结合

真正的整合营销

数据隐私与安全

第二部分 为大数据营销做好准备

第四章 什么是大数据营销

大数据术语

大数据营销

整合营销管理

市场运营管理

客户互动管理

数字信息

数字营销

第五章 数字化营销的引领者

作为改革者的首席营销官

数据科学家

合作：首席营销官与首席信息官

第三部分 数据驱动型营销和大数据洞察力的5个步骤

第六章 第一步：顺大势，讲战略

先有愿景，后有战略

客户互动战略

分析战略

数据战略

组织战略

技术战略

第七章 第二步：打破隔阂

打破隔阂：从营销部门内部开始

打破隔阂：营销部门和其他部门

制定战略框架，形成合力

最佳新搭档：首席营销官和首席信息官

第八章 第三步：解开数据毛球

从人才着手

孤立不利于大数据战略

数据战略

发现大数据

应对客户流失

第九章 第四步：指标至上

绩效指标评估成果

销售线索成本的启示

每一分钱是否划算

1 000美元有多少回报

责任担当的基石

促进推广与合作

为什么无法合作

第十章 第五步：流程当道

新4P营销模式

整合营销流程推动成果

从概念到营销活动到现金

流程创新

灵活营销

第四部分 实现大数据营销价值

第十一章 有效营销创造价值
如何提升内部价值
如何提升外部价值
第十二章 客户体验世界的光明未来
谁是未来领导者
让消费者信任你
单向沟通消失
如何改进互动
个人信息由谁控制
为未来收益铺路
以销售或客户为中心
大数据营销的机遇
大数据管理遍布全球//227
下一个大事件//230
寻找未来，“回到”未来
未来——那枚小小的白色徽章//241
致谢//243
• • • • • ([收起](#))

[大数据营销_下载链接1](#)

标签

营销

大数据

管理

数据分析

数据挖掘

沟通

待读

市场营销

评论

创造力的价值评估不仅在于想象力，还在于点击率、转换率和提升率。

:无

没有抓住精髓，大数据的噱头。

过于泛泛而谈，而且没有给到如何通过信息技术实现企业内部的数据营销系统这方面的讨论，以至于虽然努力打造一本actionable的书实际上也很不具有行动力。

不是给开发人员看的

更多的是基础、理论，有点儿肤浅，但是对于我还是有一点帮助！不过，平心而论很难到及格分。

来点接地气的实际内容吧…

引起对大数据的重视比较多。非干活，比较白话，比较浅。数据，速度，多样化，价值性，真实性。

不好看。一开始讲得扁扁的，但是后面提出来的解决模型在我看来很散乱，很入门。基本是作者的一些散乱的看法，一直鼓励大家积极面对大数据，信息官和营销官需要积极合作。不过确实让我觉得营销能做的有很多，需要一个整合完整的理论模型。

尴尬。

总共四章，看了两章，后面不知道作者哪里来的勇气[衰]写得太差了！
这本书太烂，浪费时间，都是瞎逼逼的，而且主旨中心不明确，感觉作者连自己想表达什么都不知道.....要么是翻译问题，要么是年代问题 无趣！

[大数据营销 下载链接1](#)

书评

[大数据营销 下载链接1](#)