



电信运营商数据分析 与营销管理解决方案



电信运营商数据分析与营销管理解决方案

业务需求

电信市场日趋饱和,运营商在传统语音业务以及新兴的数据业务上都面临日趋激烈的竞争。不仅电信运营商之间存在激烈竞争,互联网服务商也正在成为电信运营商潜在的竞争对手。新型的互联网信息通信服务吸引了越来越多的客户,开始蚕食传统的电信服务市场,同时改变了客户使用通信服务的习惯和期待。

面对变化的市场环境,电信运营商需要准确掌握业务状况,及时了解并应对客户不断变化的需求,必须充分利用数据分析手段获取客户洞察和业务洞察,进而设计和实施针对性的市场营销活动,提高营销资源的使用效率,促进收入增长,产生实际业务价值。

为了将洞察有效转化为业务价值,电信运营商需要:

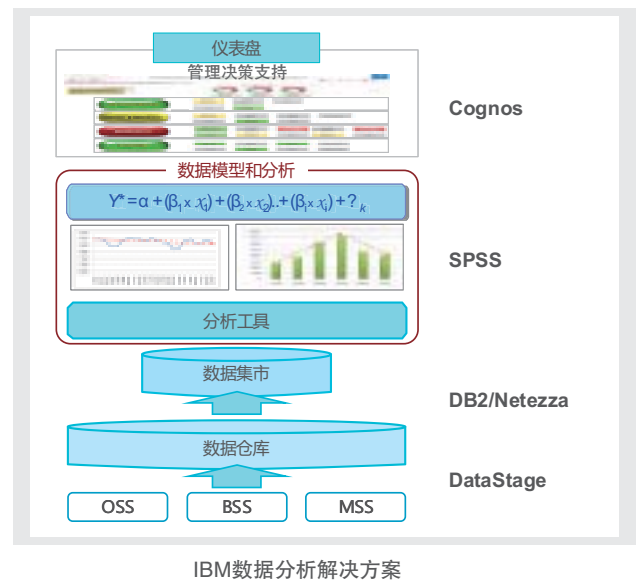
- 及时准确地对海量业务数据进行汇总分析,以便洞察客户行为并预测业务发展;
- 直观动态地展现数据分析的结果,为各级领导和管理人员提供业务决策的科学依据和辅助手段;
- 从业务视角解读数据中蕴含的业务机会,设计有针对性的营销活动,导引客户的购买和使用行为;
- 协同利用营业厅、代理渠道、网厅、短信、呼叫中心等多种客户接触渠道,形成营销活动执行的“合力”;
- 实时跟踪和量化分析营销活动,实现“洞察、决策、执行、评估”的闭环管控。

解决方案

IBM为电信运营商提供完整的数据分析和市场营销管理解决方案。

数据分析解决方案

IBM的数据分析解决方案提供数据抽取、存储管理、建模挖掘、报表展现等核心能力,为电信运营商实现完整的数据管理和分析、展现功能。



数据抽取和仓储

IBM DataStage可以连接BSS、OSS、MSS等多种数据来源抽取数据，并将它们转换之后加载到数据仓库中。DataStage可以批量或实时处理大量数据卷，支持多种异构数据源，而且非常易于使用。

IBM DB2可以用于构建高性能的数据仓库平台，支持大数据量的高速并行处理，并且具有强大的扩展能力。

IBM Netezza是专门用于数据分析应用的一体机，简单易用，高性能，既可以用作企业级数据仓库平台，也可以用于构建数据集市支持各种专项业务分析。

数据挖掘、建模及预测

IBM SPSS是专业的数据挖掘、建模和预测解决方案。SPSS提供了丰富多样的数据挖掘算法，建立数据挖掘模型，用来发现能够帮助优化业务决策的模式、趋势和洞察。

通过SPSS对历史流失用户的分析挖掘，可以发现流失用户

的共同特征，并据此评估在网用户的流失可能性，预测流失用户以进行针对性的维系挽留。

SPSS还可以用来分析在网用户的产品和服务使用情况，挖掘用户对特定产品的购买、使用倾向，用于增值业务等产品的针对性交叉销售和扩展销售。

商业智能和综合分析展现

IBM Cognos是一套完整的商业智能和数据分析、展现解决方案，可以在易于扩展的基础架构上为管理层和所有客户提供全面、一致、及时的业务信息，以助于决策过程。

使用Cognos可以全方位、多角度查看信息并进行分析，还可以使用专业报表设计和模板，快速形成各种数据报表。

基于Cognos还可以搭建针对领导决策层的管理决策支持系统，将所有部门级别的报告反映在一个整合的、一致的、适应不同业务对象需求的“仪表盘”中，把所有分散的报告集成为统一的企业级管理视图。

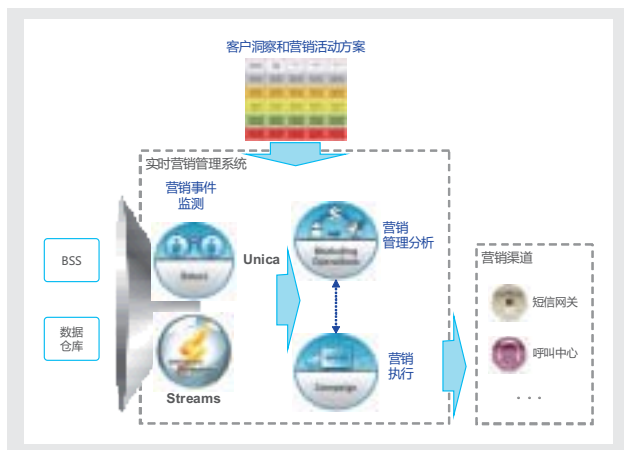


营销管理解决方案

通过数据分析获取客户洞察和业务洞察只是电信运营商营销运营转型的第一步，更为重要的是要通过针对性的营销活动充分利用分析结果并将其转化为实际的业务价值。

从客户行为出发进行的新一代针对性营销与传统的电信市场营销方式有很大不同，其主要变化体现在以下几方面：

- 营销的设计：从以经验为主，转变为依托精细化数据分析量化设计；
- 营销的时机：从运营商根据销售动机驱动统一安排营销活动，转变为通过数据捕获客户特定行为和事件触发营销动作；
- 营销的内容：从以运营商产品为主的统一营销内容，转变为以客户需求为主的针对性定制化营销内容；
- 营销的方式：从单一的大规模宣传，转变为对单个客户的点对点送达；
- 营销的频度：从长周期、少批次静态活动为主，转变为短周期、多批次的动态活动为主；



IBM电信营销管理解决方案

- 营销的渠道：从单一的销售渠道营销方式，转变为结合网络渠道、实体渠道、销售渠道、服务渠道等多种客户渠道进行的综合营销方式；
- 营销的评估：从缺少后评估或者仅能进行粗略评估的方式，转变为根据数据体现的客户实际行为进行精确的量化评估，并实现闭环的持续改善。

为了帮助电信运营商实现营销流程的全面高效管理，建设以客户为中心的企业级营销管理体系，IBM提供了完整的电信营销管理解决方案。IBM方案基于IBM Unica企业市场营销管理平台，其核心包括：

- Unica Detect，用于监测特定事件，并触发基于事件的市场营销活动；
- Unica Campaign，跨渠道执行有针对性的定制营销活动；
- Unica Marketing Operations，管理市场营销活动的流程、预算和绩效。

针对电信业务的实时性特点，IBM还提供了高性能流计算平台——IBM InfoSphere Streams，采用IBM独有的流计算方式实时处理海量数据，无需存储数据即可对数据进行筛选和分析，从而使得运营商可以实时对各种业务事件和趋势进行响应，极大地提高了营销活动的相关性和实际效果。

IBM的电信营销管理解决方案在营销资源的整合管理基础上，覆盖了营销流程中洞察、决策和执行三个重要环节，实现了营销流程的集成和闭环，并优化了营销管理的各个方面，提供了电信运营商构建信息市场营销机制所必须的基础能力：

- 多批次，跨渠道的营销活动管理；
- 通过在线行为数据的分析，实现针对性营销；

- 从客户出发、事件驱动的实时组合营销；
- 高度协同的营销活动运营，包括项目管理、预算管理、资产管理、和流程管理；
- 对营销活动实际效果、成本、收益等关键信息的全面闭环跟踪分析。

利用整合的营销管理解决方案，电信运营商可以充分利用客户分析的成果，方便、高效、快捷地设计、执行多种市场营销活动，包括实时市场营销、电子邮件营销、互动营销、基于事件的市场营销、市场运营、个性化营销、广告营销、营销重定向、产品推荐、社交媒体营销、移动营销、搜索营销等。

业务收益

IBM的电信运营商数据分析与营销管理解决方案可以为运营商带来多方面的业务收益：

- 通过分析客户流失的原因和个性化的客户维系活动降低客户流失率；
- 通过针对性的交叉营销和向上营销提升客户的ARPU值；
- 缩短新产品、新服务和营销活动的设计和推出周期，提升市场响应的实时性；
- 改善客户体验，提高客户满意度和忠诚度；
- 将客户洞察嵌入客户接触渠道，使每一个客户接触和事件成为新的商机；
- 改进营销管理的效率，使营销活动能够面向高价值的潜在客户，提高营销成本的有效性。

IBM解决方案主要产品

- 商业智能和综合分析工具——Cognos
- 数据挖掘、建模与预测工具——SPSS
- 数据仓库平台——DB2/Netezza
- 数据抽取工具——DataStage
- 整合的营销活动管理软件——Unica (Detect, Campaign, Marketing Operations)
- 海量数据实时分析工具——InfoSphere Streams

