

基于大数据的客户细分模型及精确营销策略研究

张龙辉

(集美大学 诚毅学院, 福建 厦门 361021)

[摘要]在移动互联网发展带动作用下,电信运营商主营业务已经由传统的语音业务逐渐向移动数据业务方向发展,在这种背景下,互联网企业同移动通讯业务之间的联系越来越紧密,电信运营商面临着被“管道化”的影响,基于此,对于电信运营商而言,当前最主要的任务就是提升产品质量和客户体验水平,满足电信客户多方面的需求,扩大用户范围,避免老客户的流失。而上述目标的实现都需要大数据技术应用的支撑。文章对基于大数据的客户细分模型以及精确营销策略进行深入的研究。

[关键词]大数据; 客户细分模型; 精确营销策略; 研究

doi:10.3969/j.issn.1673-9477.2017.04.009

[中图分类号] F274

[文献标识码] A

[文章编号] 1673-9477(2017)04-027-03

进入21世纪以来,大数据技术应用范围越来越广,尤其是在移动通讯业快速发展带动下,电信运营商主营业务也发生了明显的变化,高质量移动宽带网络、多媒体服务成为了国内三大运营商竞争的关键,而这些都需要大数据提供数据支持。

一、我国电信业务客户细分的发展现状与分析

(二) 我国电信业客户细分的发展现状

受到电信业务自身交互性和特殊性的影响,社会各行各业之间的合作越来越紧密,客户消费习惯也发生了明显的改变,因此进行客户细分评估之前必须对电信行业现状和客户特征内容进行细致化分析。电信行业提供的产品与实质产品不同,但是其追求经营利润的目标都是一致的,且电信业利润点更高。现阶段,电信业发展情况主要表现在以下几个方面,首先电信业服务属于社会性服务的范畴,客户的多元化是其主要特点,除了个人客户和行业客户外,还包括商业客户,且客户的不同其要求也存在一定的差异。其中个人客户对电信业务的个性化要求较高,而行业客户和商业客户则是以团体单位为主的,同个人客户群体相比稳定性更高,其主要业务为语音、光纤宽带等。其次,电信产品并非实物,而是一种服务,因此服务质量水平将直接决定产品的优劣。在电信行业不断发展作用下,产品的同质化问题越来越严重,客户在选择的过程中随机性较强。另外在电信行业竞争不断加剧的背景下,通讯产品的种类呈多元化方向发展,无形中增加了电信市场竞争压力,加之“营改增”等相关政策的执行对电信运营商利润结算形式产生了一定的影响。

(二) 电信客户细分方法改进的必要性

通过对图1中的数据分析可知,2016年电信业

务收入同比增加3.6%,较以往相比增加速度明显降低,而电信客户细分方法改进对增加电信业务收入增速具有十分重要的意义。例如从行业内部结构方面分析。首先互联网企业的出现及发展范围的扩大无形中对通信业市场的格局产生了一定的影响,同时在OTT业务迅速发展作用下,电信运营商传统盈利业务(如话音业务、增值业务等)逐渐显现出下降的趋势,甚至对电信行业收入的增加起到副作用。另外在移动互联网发展带动下,移动数据业务增加明显,对电信收入增加有一定的贡献,但是仍旧无法填补其他业务对电信收入的负面影响,而这也是必须进行电信客户细分方法改进的主要原因。

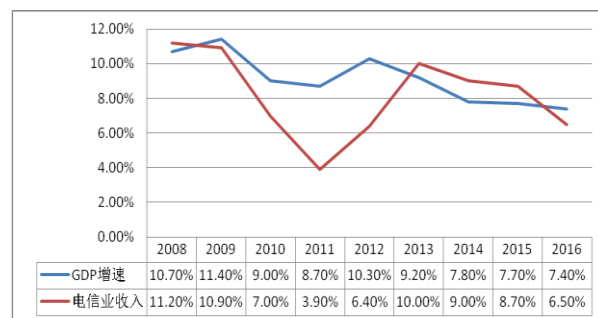


图1 2008年-2016年电信业收入和GDP增速对比

二、电信客户细分模型设计及建立

文章研究的电信客户细分模型构建理论基础是CRISP-DM方法,该方法主要包括六个部分,即商业理解、数据理解、数据准备、建立模型、模型评估和结果部署。以数据理解为例进行研究说明。移动通信企业在提供产品服务的同时也会将每一个单笔业务进行记录和存储,并将数据信传输至数据库中,随着时间的推移,移动通信企业数据库中会存有庞大的数据资源,而这些数据内容就是客户消费行为。

[投稿日期] 2017-06-06

[基金项目] 福建省中青年教育科研项目(编号: JAT160697)

[作者简介] 张龙辉(1972-),男,福建惠安人,讲师,硕士研究生,研究方向:市场营销。

通常情况下电信运营商会以消费样本数据为基础来构建模型,其内容主要包括人口统计数据、客户消

费行为数据以及其他数据。具体如表2所示。

表2 数据收集清单

数据类型	包括的数据内容
人口统计数据	工作单位、性别、年龄
客户消费行为数据	套餐 ID、GROUP_NAME、月租费、本地通话话费、国内长途费、基本通信费、短信费、移动增值业务数、移动 WAP、新业务费、纳入账单费、其他费用、实际费用收入
其他数据	受理序号、网络类别用户、在网时长、ID、优惠方式 ID、付费计划、信用度积分、处理状态 ID、客户性质 ID

三、基于电信客户细分模型的精确营销策略

(一) 市场渗透

在产业融合发展趋势带动下,通信行业与社会各行各业之间的合作越来越紧密,例如电信与网易合作开发推出的易信一经推出就受到了广泛的关注。作为一种移动即时通讯软件—易信主要以社交功能为主,与微信形成了对立竞争关系。但是同微信相比,易信推出的时间比较晚,注册用户数远不及微信用户,活跃用户数在同类行业中处于中等,同微信之间还存在着较大的差距。在初始阶段,易信的定位并不稳定,熟人社交以微信为主,而陌生社交则是陌陌为先,易信团队为了占领市场将产品定在了两者之间,社会功能更加的丰富,实现了多维度社交功能。在智能手机应用越来越广泛的背景下,人们主要是通过手机来参与各种社交活动的,因此在制定营销策略的过程中首先应当明确产品特点调动客户的参与积极性,同时辅以优惠方式或者是特权的发放来增加产品活跃用户规模。

(二) 产品研发

以数据流程业务为中心,创新客户消费行为模式。通过对电信细分模型分析可知,传统电话业务型客户规模逐渐被数据网络型用户所取代,可以说目前数据网络型客户是电信业务最大的客户群体。究其原因主要表现在两个方面,第一,技术发展影响,随着 2G 网络制向 4G 网络制的发展,人们对手机上网依赖性越来越大,同时对上网体验的速度要求也越来越高;第二,在互联网企业发展带动作用下,电信运营商数据流量业务发展速度也越来越快。基于此,在未来中国电信行业竞争过程中,低端基本型客户和忠实型老客户群将是竞争的核心,尤其是针对忠实型老客户群,必须对其消费行为模型进行积极的引导,使其养成数据使用的习惯。

(三) 市场扩张

潜力优质型客户同低端和忠实型老客户不同,前者对通信服务的要求比较高,因此电信企业在进行这类客户开发过程中,必须加强业务融合和销售

引导方面的工作。同时潜力优质型客户对电信业务个性化要求较高,这就要求营销工作人员在同客户进行沟通和交流的过程中,首先应当对客户的消费行为进行深入的分析,结合客户的需求和营销产品的特点制定精确的营销策略。在进行产品开发和优化过程中,营销人员必须对客户的潜在需求进行分析,结合分析结果制定产品优化方案。另外,在过去电信运营商主要业务内容包括 B2B 和 B2C 业务,通过这些业务的应用可以为个人和企业用户提供最为基本的通信服务,但是随着互联网技术快速发展,电信企业的业务范围也在不断的扩大,尤其是 B2I 和 IIT 业务的开发和应用为用户或者是企业提供了更优质的服务。其中 B2I 业务主要分为两种类型,一是以互联网公司为单位,通过为其提供统一账号来构建共享平台,从而为互联网公司运营成本的降低提供条件。二是以互联网公司视频或者是游戏业务为基础的网络优化业务,该业务的推广对卡顿问题的解决具有十分重要的作用。

四、结论

总而言之,在移动互联网技术快速发展背景下,通信业较过去相比发生了显著的变化,例如网络优化升级、产业融合、互联网企业增加等都是移动互联网时代的产物,而这些都无形中增加了电信行业的竞争激烈程度,这就要求传统运营商必须做出改变,顺应时代的潮流,创新营销模式,结合用户的需求制定个性化和多样化的服务项目。

参考文献:

- [1] 夏柏涛. 固定通信行业大客户满意度影响因素差异性研究[J]. 电信科学, 2016(07).
- [2] 曹新波. 大数据环境下云南农产品精准营销模式研究[J]. 昆明理工大学学报, 2016(01).
- [3] 杨硕. 基于忠诚度的客户价值细分模型构建及其应用[J]. 商业经济研究, 2016(14).

[责任编辑 陶爱新]

(下转第 49 页)

以此带动消防安全知识普及教育的广泛深入开展。其次,加强对特殊岗位和重点岗位工作人员的教育。制定诸如电工、电气焊工、消防控制室操作人员等岗位的培训教育标准,加大培训力度,严格准入制度,切实提高此类人员消防安全意识。

3. 切实加强普及型消防安全宣传教育

在消防安全知识普及教育方面,要创新消防安全宣传形式,采取集中培训、边检查边培训等形式,加强对重点单位、重点行业的消防安全培训,以消防安全管理人、社区农村群众、高层建筑“楼长”等群体为重点,充分利用广播、电视、网络、微信等各类媒体,通过制作消防微电影、公益片、聘请消防公益大使等形式,拓宽宣传覆盖区域,开展贴近不同群体的针对性宣传,全面提升群众消防安全意识和自防自救能力。

三、结束语

消防工作的最终目标是实现消防工作社会化,通过提高全民的消防安全意识,强化全社会整体抵御火灾的能力,让每一个人象珍惜生命一样重视身边的消防安全。同时,消防工作社会化管理也是一项艰巨的长期任务,需要各级党委政府、各行政部門、各行业系统等社会各方面的共同努力,需要有志于消防事业的工作者的不懈探索努力。我们相信,随着消防的不断改革与发展,消防工作社会化必将开创崭新的局面。

参考文献:

- [1] 穆雪峰. 浅谈消防中介与消防工作社会化[J]. 价值工程, 2011(30):283.

[责任编辑 陶爱新]

On socialization of fire prevention work

ZHOU Yong, WEI Jian-liang

(Hebei Fire Brigade, Shijiazhuang 050000, China)

Abstract: With the rapid development of Chinese economy, factors leading to fire accidents increase more. Probability of fire accident increases, and fire prevention becomes more difficult. So socialization of fire prevention is necessary to meet the social need, and is a necessary path to realize public security against fire.

Key words: fire prevention; socialization; management; measures

(上接第 28 页)

Research on customer segmentation model and precise marketing strategy based on big data

ZHANG Long-hui

(Jimei University, Chengyi University, Xiamen 361021, China)

Abstract: Under the influence of the development of mobile Internet, the core business of telecom operators has gradually developed from traditional voice service to mobile data service. Under this background, the connection between Internet enterprises and mobile communication services is getting closer and closer. Telecom operators are facing the "pipeline" of the impact, based on this, for telecom operators, the current most important task is to enhance product quality and customer experience level, to meet the various needs of telecommunications customers to expand the scope of users, To avoid the loss of old customers. And the realization of these goals need to support large data technology applications. The article will study the customer segmentation model based on large data and the accurate marketing strategy.

Key words: large data; customer segmentation model; precise marketing strategy; research