



2016 杭州·云栖大会
THE COMPUTING CONFERENCE

云栖社区
yq.aliyun.com

电商数据精细化运营解决方案



The
Computing
Conference

刘振宇（琴明）
阿里云行业解决方案

主办单位：



战略合作伙伴：intel



扫码观看大会视频

电商时代，流量为王？

“人口红利”逐渐消失。谁是你的用户？他们喜欢什么？



电商运营现状

一屏到多屏

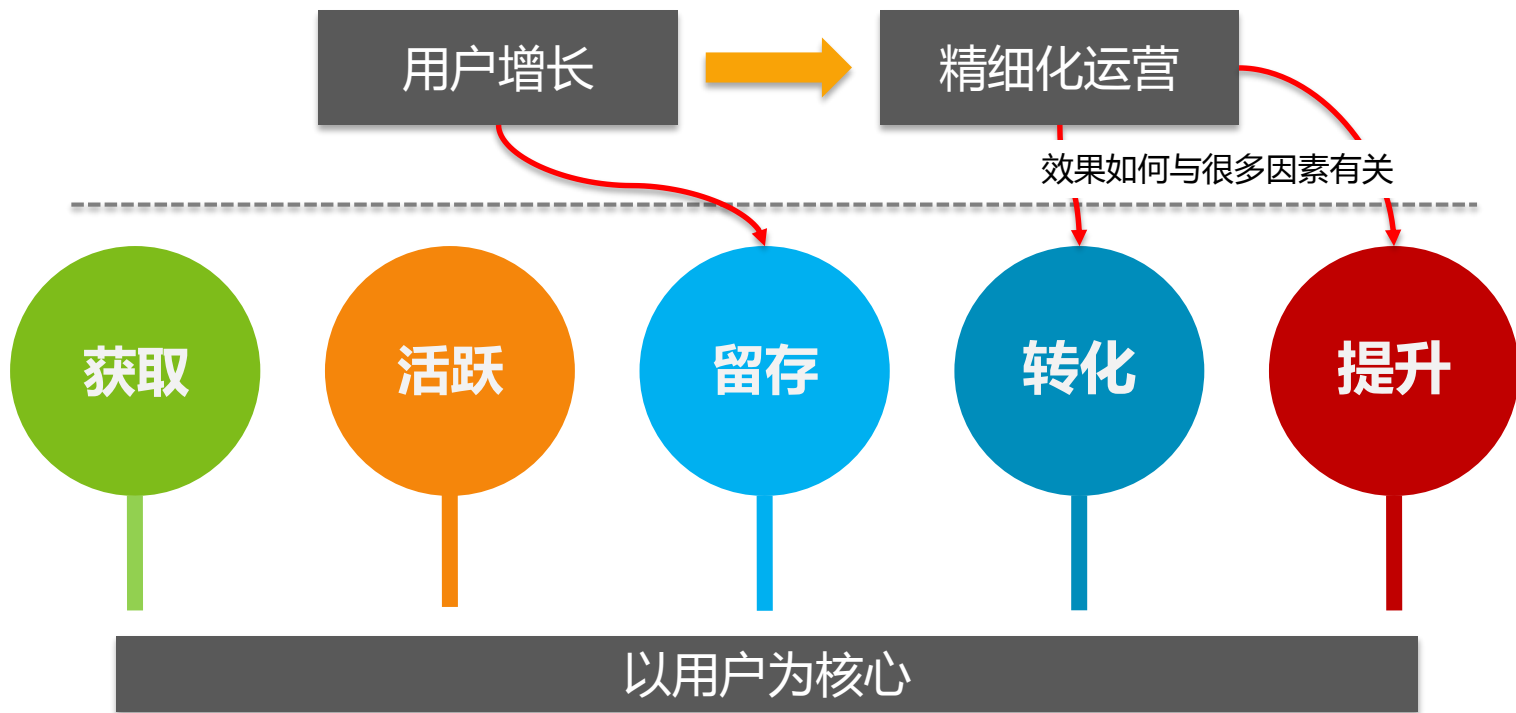
一店到多点

“不足的关注”或“过份的关注”，最后都变成了“关隘”

数据碎片化到
整体可视化

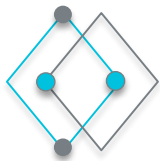


从哪来？到哪去？我们能掌控什么？



没有比较就没有伤害：大数据精细化运营

核心是**用户**，基础是**数据**，目标是**转化**。



数据打通

整合散乱的数据，基于数据来优化内容运营，通过内容来实现引流和获客。



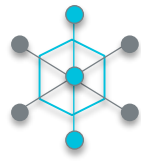
精准锁定

利用电商企业大数据积累，提炼用户的“标签体系”，刻画用户真实画像。



场景式营销

需求与场景密不可分，本方案可多维度定义场景，通过场景指导营销方向。



高效触达

实现APP高效触达，对用户精准定投高质量的内容，同时可以基于场景推送用户感兴趣的信息。



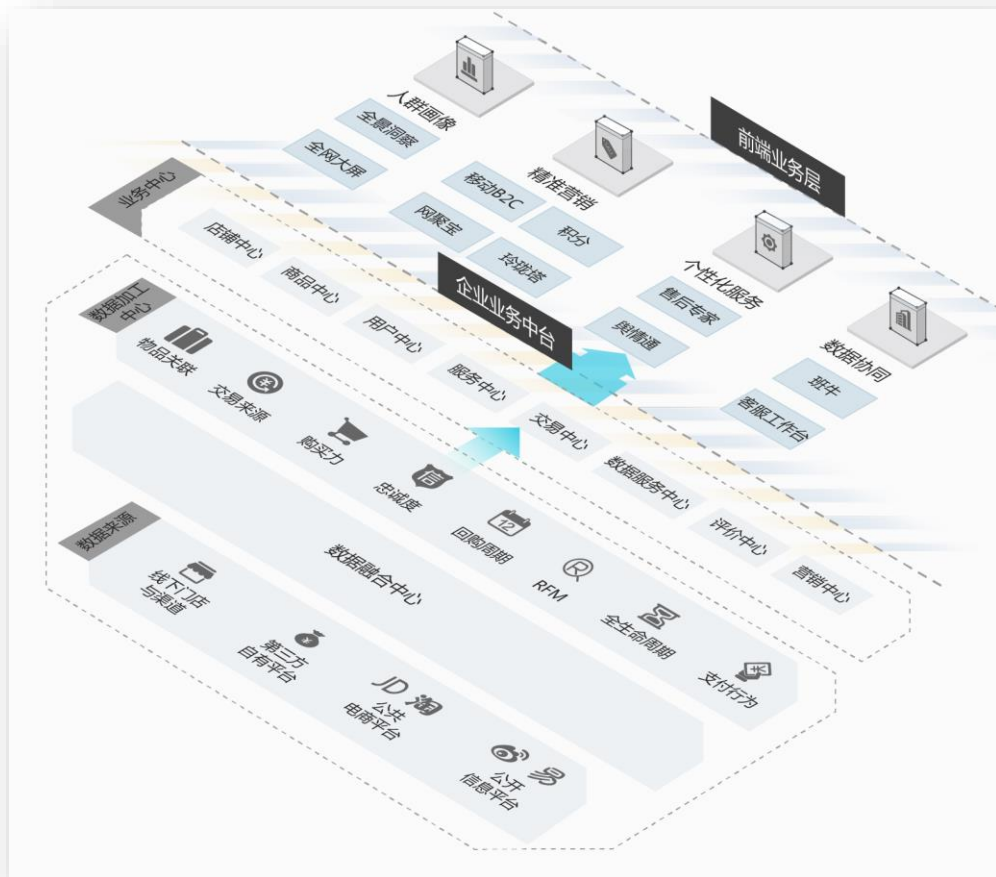
大数据运营业务图

应用层：通过这些应用实现大数据价值的真正落地

业务中台：基于实际业务场景的前后台链接中心，包含用户中心，服务中心，营销中心

数据加工中心：从不同的维度对融合后的数据进行分析计算，提取有用的信息和形成结论

数据融合中心：针对各渠道过来的原始数据进行清洗、整合、去重



全息客户数据库

基本属性

昵称
姓名
地址
一线城市/二线城市/...
省份
手机号段
邮箱类型
年龄段
生日
星座
生肖
学历
支付宝账号

RFM

R
购买时间
F
购买订单频次
m
购买订单金额 (总)
订单
购买客单价
商品
购买最高品单价
购买平均品单价
购买毛利率
购买毛利润

消费偏好

退货次数
退货金额
10元以下/自定义
赠品数量
1个/2个/...
平均优惠券金额
消耗积分
1-10积分/10以上/...
支付方式
货到付款
收货人数
购物时段
购买城市
购买省份

商品偏好

购买商品ID
购买商品功能
购买商品品牌
购买商品性别
女/男
数码休旅
购买商品材质
真皮/布料/其它
购买商品单价
1-100/100+
购买商品购买日期

访问浏览

浏览行为

浏览产品频道/浏览频道
日期/浏览产品SKU/浏览
产品品牌/浏览产品日期/
浏览产品日期 (定时)/
浏览产品单价/首次浏览
时间

登录行为

最后一次登陆时间/咨询行
为/咨询时间/最后咨询时
间

收藏行为

收藏产品SKU/收藏产品
品牌/收藏日期/收藏产品
材质

加入购物车行为

购物车产品SKU/购物
车产品品牌/购物车产
品材质/购物车添加日
期
购物车添加日期
(定时)

营销反馈

EDM反馈

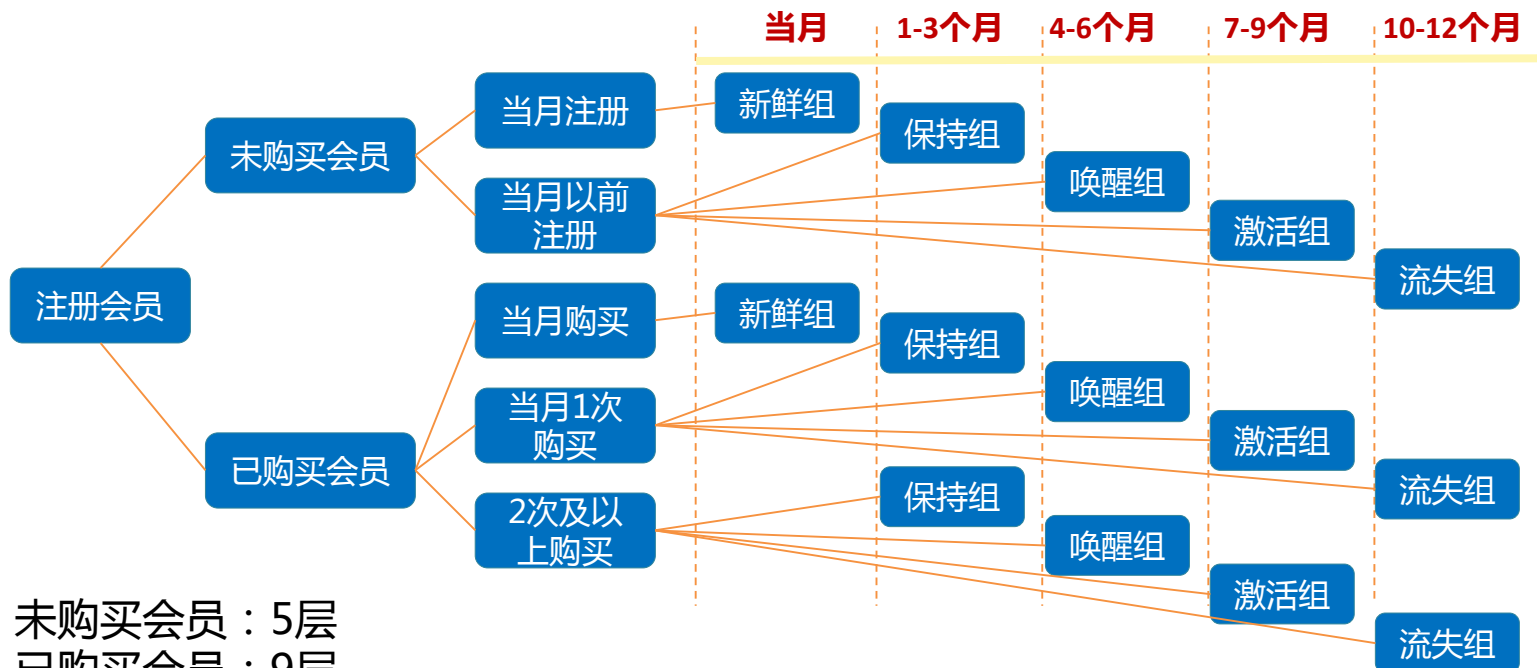
打开时间
送达时间
点击时间
首次打开时间
首次点击时间
首次送达时间
SMS反馈
退订 (CRM标签 ,
直接屏蔽)
无效

互动参与

评价
评价时间
晒单
人数 (可手工导出)
评论
首次评论时间
咨询
内容 (可手工导出)
留言
内容 (可手工导出)
优惠券
优惠券到期时间
优惠券金额



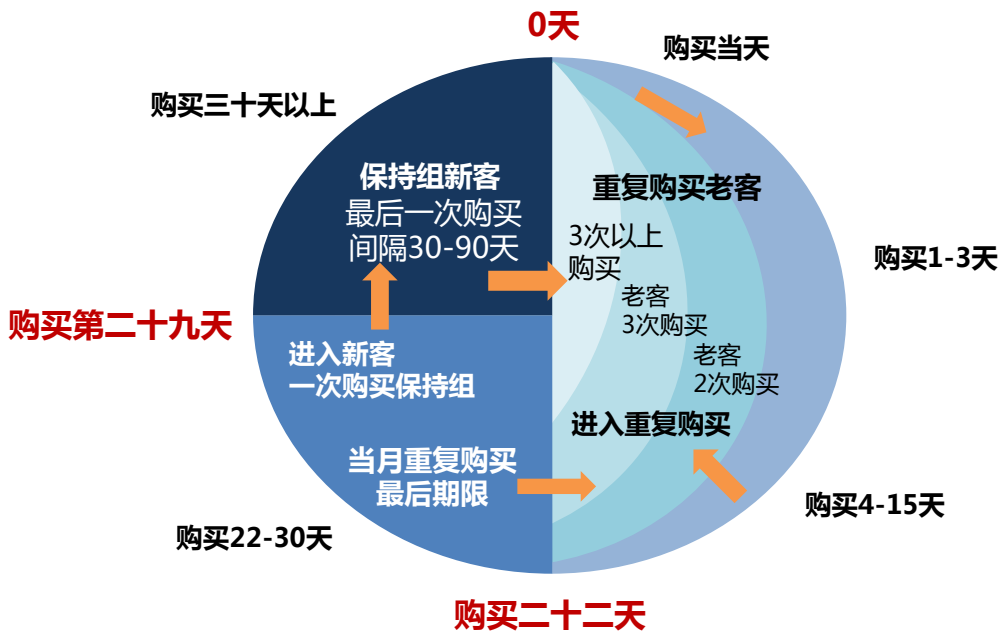
基于数据分析的会员分层及生命周期管理



未购买会员：5层
已购买会员：9层



基于数据分析的会员运营策略



运营目标：提高购买客户满意度

购买体验期：当天

触发订单支付/发货通知，提高信任度

验反馈期：1-3天

通过调查问卷的回收，了解客户对整个购物体验的评价；

互动引导期：4-15天

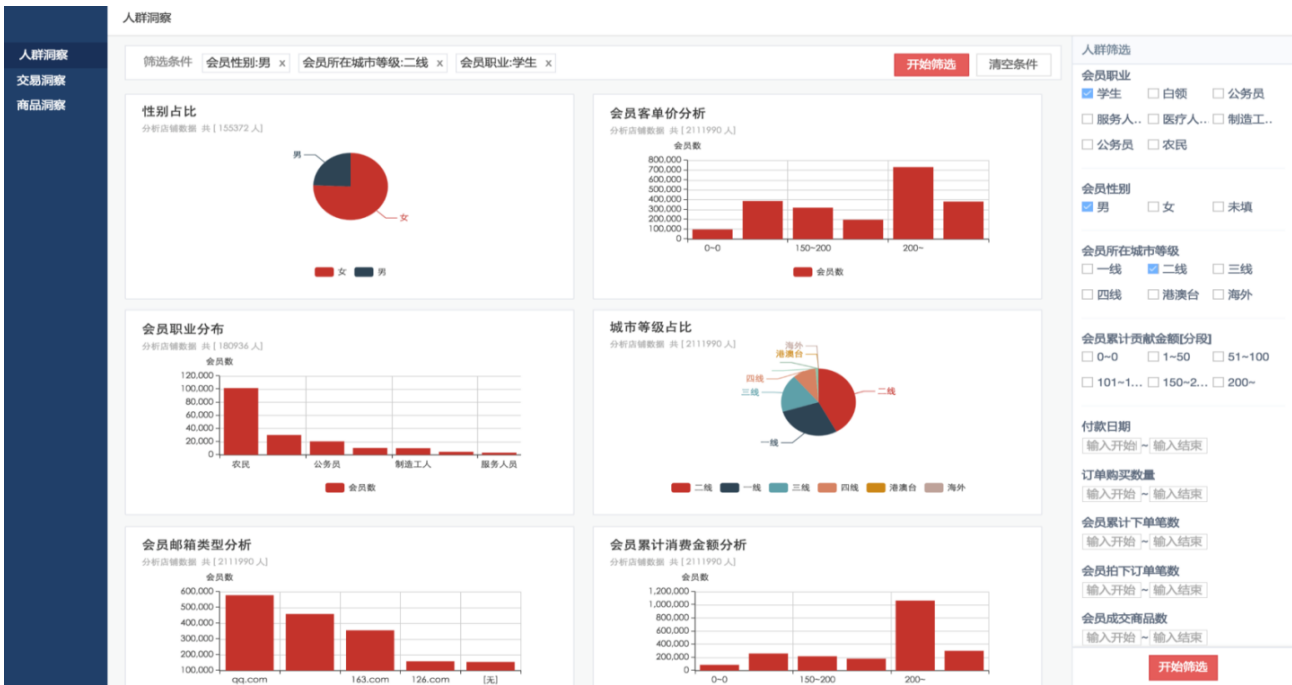
输出搭配资讯，以引导客户关注，再邀请评论、晒单等再回网站

交叉转化期：22-30天

通过交叉关联销售，促进再次购买



全景洞察



用户行为显性分析

- ✓ RFM价值分析
- ✓ 商品偏好分析
- ✓ 消费偏好分析
- ✓

用户行为隐形分析

- ✓ 浏览行为
- ✓ 点击行为
- ✓



数据大屏



扫码观看大会视频

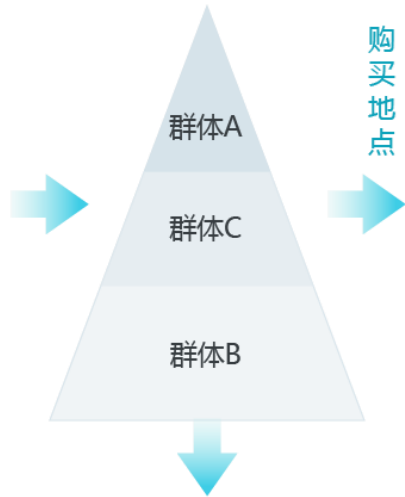
应用场景-精细化、个性化营销



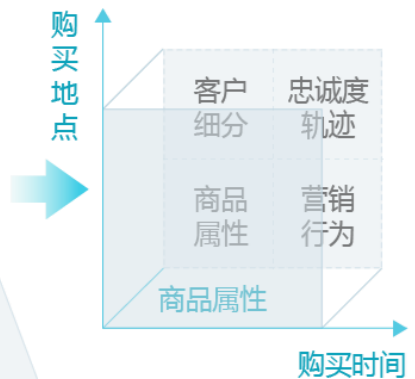
多维个性化营销

- 会员生命周期分层
- 营销活动分层
- 商品使用周期分层
- 客单价分层
- 新老会员分层

精细切割客户群体



多角度透视客户价值



多触点营销     防疫劳控制

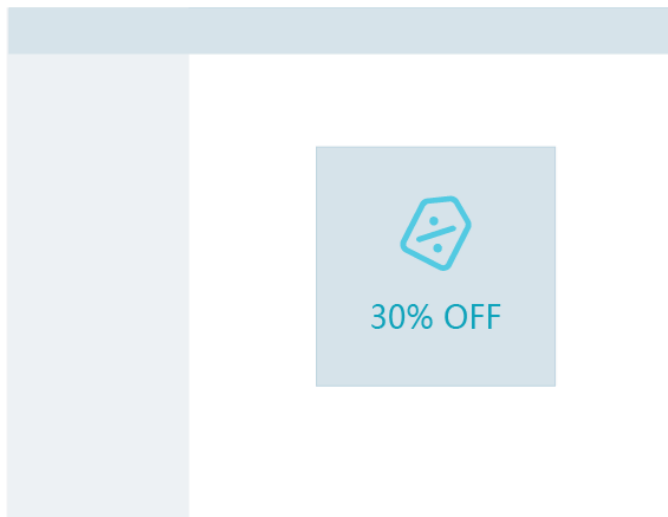


应用场景-多触点的 AB-Test 营销，提高转化率



SMS 短信息服务

购买转化率



EDM 电子邮件营销

打开率、点击率、购买率



扫码观看大会视频

应用场景-引流/纳新媒介投放计划

优化

全景洞察

- ✓ 人群洞察
 - 地域
 - 年龄
 - 身份
- ✓ 浏览行为
 - 浏览
 - 收藏
 - 时间

媒介策略



效果分析

- ✓ PV/UV
- ✓ 注册量
- ✓ 购买率
- ✓

提升

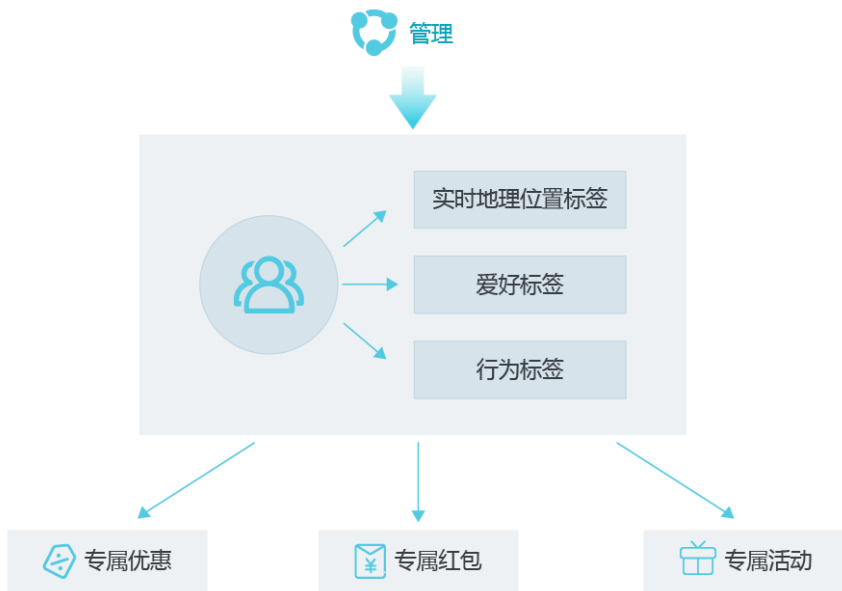
- ✓ 精准流量
- ✓ 注册量
- ✓ 销售额



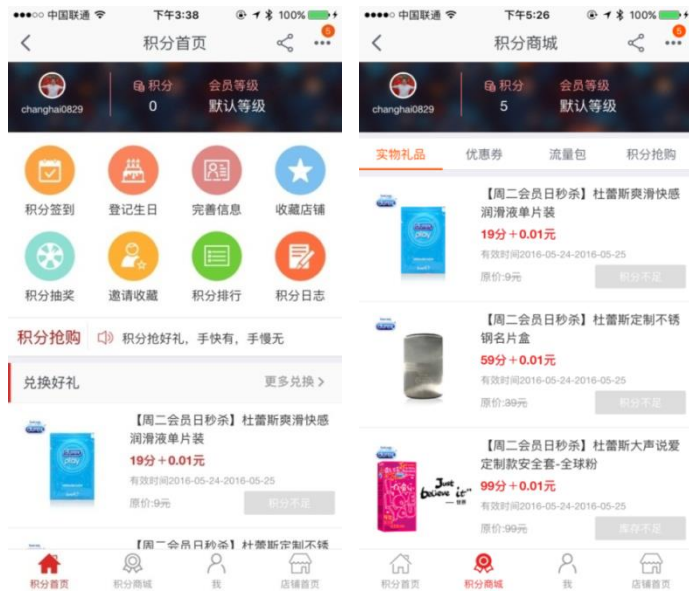
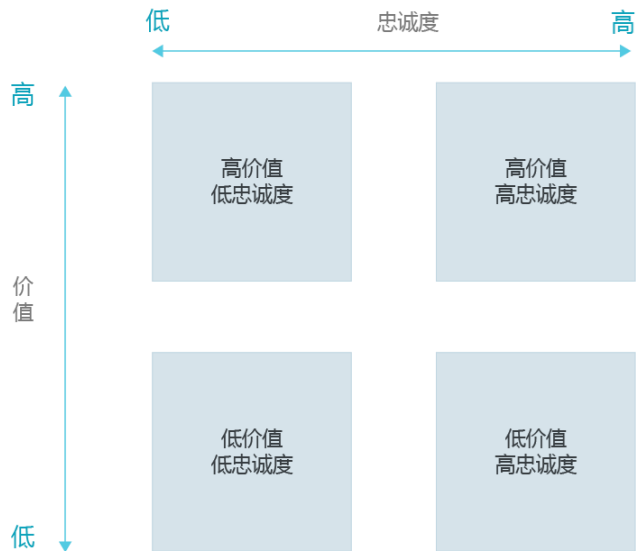
应用场景-收藏夹/购物车关怀提升订购转化



应用场景-基于用户行为的个性化、关联化营销



应用场景-会员积分激励，提升会员粘性及价值



案例-某跨境电商

10% ↑

平均新用户

5% ↑

老客回购率

10% ↑

客单价

40% ↑

销售额



2016 The
Computing
Conference
THANKS

