

地域化市场营销系统的应用

背景

客户近几年高速增长，形成庞大、需求差异很大的客户群体。同时，由于技术的发展和不断创新不断生成各种新型业务。如何细分市场、客户群，将最合适的业务推销给最需要的客户，实现业务和客户的最佳匹配成为企业的重要课题。

以客户为核心的经营分析系统，选择与主题相关的维度，增加地域维度进行多维度分析。综合分析提供灵活多样的展现方式，从而在有限资源的前提条件下给企业带来巨大的回报。

在经营分析系统中增加地域精细属性业务框架图



UADB 地址匹配系统的功能和特点

- 自动清洗及标准化终端用户的地址库；
- 根据营销系统给出的目标用户区域自动匹配出目标用户地址集合；
- 地址匹配速度快（毫秒级的速度）；
- 地址匹配成功率近百分百；

基于地址匹配的信息经营分析报告的特点

- 创新统计分析模式：从地域的角度来分析营销情况；
- 同 GIS 地理信息系统的结合展现企业鸿图；
- 地域精细属性包括社区，园区，开发区，地块，商圈，街道，路段，小区，商务楼等；
- ...

在经营分析系统中增加地域精细属性的分析给企业带来的价值

- 地址是地理位置属性标志，是客户的主要属性之一；
- 跨行政区域的分析，利用地址信息的维度提升价值，更贴切现实生活和活动；
- 精确分析用户分布情况，掌握经营状态情况；
- 提高业务运行效率，提高业务支撑能力作出；
- 提高增值服务对行业客户的吸引力；

需要在经营分析系统中增加地域精细属性的分析报告的行业应用

- 运营商和银行服务的网点设置
- 中石油中石化服务的网点设置
- 银行理财产品和信用卡服务
- 保险公司增值业务服务
- 汽车促销与服务网点的设置；
- 房地产促销与服务；
- 中高端消费品个性化促销与服务；
- 地域相关的快消品（区域特有商品信息）促销与服务；
- 地域相关的个性化服务业（区域化服务的服务信息）促销与服务；
- 教育行业服务；
- 其他需要此服务的大中型企业。