汽车行业成功案例

存在问题

1. 现有数据无法获知客户真实需求

汽车行业通过传统的调研方式收集到的客户资料，多数情况下无法完整地反映出客户目前的真实需求，无法对客户当前阶段的实际情况进行同步更新，很大程度上会降低车企对客户需求了解的清晰度，不能有效地与客户开展沟通，了解客户的具体需求。

由于不能准确把握目标客户群体,无法有效通过客户数据挖掘到新的潜在客户和定位新的目标客户，缺乏了解客户的新的购车计划，从而导致车企对于产品开发具有很大的自主盲目性,资源成本浪费较为严重。

解决方案

1. 定义客户标签

因为目前已获知的客户数据信息是不详细的，无法满足车企对于这些客户的一个明确的定位，很难去及时获取他们的真实需求，所以我们需要在系统里给每个客户量身打造，定义属于它们各自行为特征的标签。通过我们大数据平台去分析这些客户的关键词搜索等一些列行为，制订出一些与每个客户相对应行为标签。

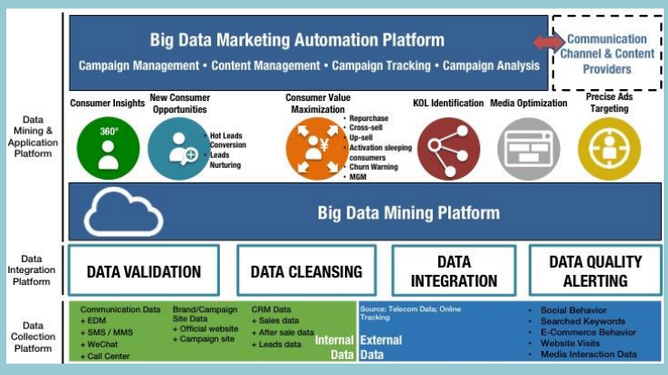
2. 定义过程

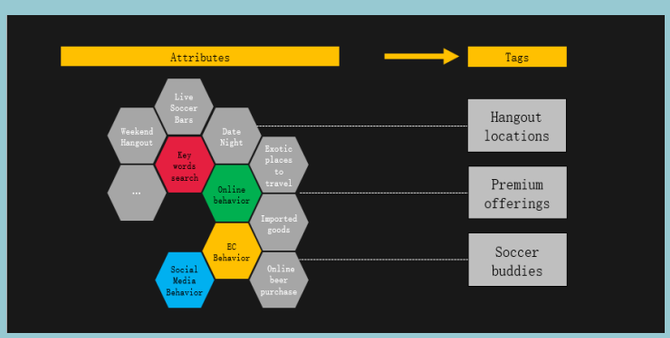
a.首先通过收集以客户的手机号为主的基本信息收录到我们的系统中。

b.然后再对这些客户根据他们之前已定义性格特证和在线行为在数据平台中进行匹配。

c.将这些客户数据信息进行整合，形成数据图文可视化的个性化的客户标签，形成具有逻辑性的可视化的人物形象，能分析他们的具体的兴趣爱好和可靠的购买偏好。

d.这些定义好的客户标签帮助提升品牌对于新客洞察的能力，通过数据来观察目前这些客户的对于哪些车型表现出较高的关注；以及能够判断他们中意的具体车型，最终定义它们的目标需求。





结论

运用大数据分析原理，支持客户数据标签化管理每个客户信息而且还可以深入挖掘用户兴趣，能够更直观地去分析他们的性格特征。
我们的数据平台将采用云模式化储存和计算，提升资源使用率和资源的优化配置。数据平台还可以按需定制。

它不但能处理数量繁多的数据，更重要的是，我们的汽车行业大数据解决方案通过先进的客户洞察等数据分析手段，去发现潜在新的客户群，对于目前的客户数据能有效地进行准确的判断和预估，对客户关怀和维护起到指导作用，提高客户的品牌忠诚度。

上海徐汇区漕河泾开发区古美路1582号总部园二期C座5层
No. 1582 Gumei Road, Block C, 5F, Shanghai, 200233