



# 了解用户需求 一切从“数据”开始

大数据时代,离不开数据,因此现代快报大数据项目及数据中心成立也就应运而生。现代快报大数据项目一期建设的全媒体会员中心是一个统一客户数据的平台。现代快报具有优质的品牌资源、内容资源和读者资源,围绕这些宝贵的数据资源进行数据挖掘、精细化运营、精准信息服务、个性化服务等一系列增值服务是引领现代快报未来发展的新增长点。

本版撰文 鲁蓉



## 高耦合集成,提高业务管理及业务开展的效率,从而提升客户忠诚度

保障业务的耦合,必须进行线上业务系统改造以实现统一用户中心,这种耦合集成是双向互通且是时效性强的集成,保障用户积分利益及会员权益的及时体现及应用。

## 现代快报统一品牌宣传,建立标准化服务,有利于现代快报品牌及口碑的打造

当会员中心、会员成长体系、会员积分体系、会员服务体系及相关标准建设完成后,才能在系统层面将报社的统一品宣、统一会员管理及统一会员服务的实施变为可能,为报社进行业务快速推广提供支持,并

经过多年的发展,现代快报的发行、呼叫中心、网站、新媒体等综合营销部门在各自运作过程中,积累了大量的用户资源,在现有的发行读者、现代快报网、APP用户及线下活动用户等用户数据库基础上,对报社下属报刊、网站、APP用户数据进行抽取、存储、管理、分析、挖掘和增值服务。搭建一个统一的现代快报用户数据仓库,在平台上集中对从各业务分支汇总过来的用户数据进行关联、查重、清洗等多项具体流程,形成以此为广告、经营、发行、客服、采编部门定制需求的数据分析报表,为精细化营销和业务决策规划提供数据支持,为报社可以衍生的增值服务以及数据库营销提供数据支持。

### 客户数据统一管理

搭建现代快报统一用户资源库,为读者和内容生产之间架起桥梁,通过读者深度参与报纸内容的选题、调查,提高报纸的可读性和传播效果,同样,通过统一用户资源库,可以加强读者服务,加强读者关怀,创造出了读者参与度和满意度都较好的良好氛围。

## 传统媒体和新媒体读者的顺利迁移

搭建现代快报统一的用户数据平台,引导现有的纸媒读者逐步向新媒体迁移,通过对网民的个性化服务加强纸媒的品牌传播力,为现代快报新媒体转型奠定坚实的用户基础,实现不同业务线同价值用户的相互复合。



## 为各业务线发展提供有力支持

用户数据仓库建设完成后,可以对各种基本数据查询,还可以按时间、用户属性等不同维度自由组合统计,对于涉及到报社经营的常用查询建立统计模型直接调用。

## 建立统一会员级别体系,实现统一的用户价值评估标准

通过制定不同级别会员的特权,让不同等级会员享受不同级别的服务,提高用户成长体验,推动其持续购买报社提供的商品及服务,提高其参与线上线下互动的积极性。

## 建立统一会员积分体系,提高社会品牌凝聚力

积分体系能使会员二次获利,增强了黏合用户的手段,产品及服务的销售模式不再简单孤立,使用户二次消费的意愿变强。



支撑口碑的形成。

## 活动营销的全流程管理,提高活动效果

对线下活动的策划、推广、邀约、报名、签到、反馈全流程管理,并呈现活动分析报告,并在同类活动中不断改善用户抽取模型,从而不断提高活动质量及效果。

## 实现多元化邀约报名渠道,提高品牌知名度

打通短信、邮件、网页多个报名渠道,用户可通过多获取报社的活动信息,并可通过各种渠道报名,使用户接触报社的渠道多样化,感受到报社的影响力。

