**融惠联网站内容搭建框架**

# 1关于我们(4)

北京融惠联科技有限公司，是一家专注于为企业提供数据管理、电商平台管理、营销管理综合解决方案的创新型科技公司。

自2001年以来，公司科技团队经过十多年的对用户需求的挖掘，凭借强大的技术研发，运营实力和创新精神，为企业用户提供了具有持续竞争力的系列软件产品及“全景式”的服务，提高企业利用互联网科技进行客户运营和营销的效率，助力于企业实现短期跨越性发展，给企业带来实实在在的经济效益。

融惠联在企业互联网服务端布局三个平台（模块展示）：**数据服务平台、电子商务平台、营销活动平台。**

融惠联实力：（专利和软著图片展示）

# 2联系我们(底部)

电话:

邮箱:

微信关注我们，了解更多……（微信二位码）

# 3产品服务(1)

## 3.1数据服务平台

### 3.1.1互联网数据服务（互联网数据管理专家）：

1. 企业站点数据解决方案：

* **无埋点技术：**通过应用界面可视化操作，让企业能更直观的查看和分析各个页面的浏览次数和人数、平均停留时间、页面内点击次数和点击人数及点击人数占比，还可追加随时生效的事件数据点，实现更灵活地扩展和动态地更新。
* **用户分析：**突破传统依赖用户点击的数据收录和分析方法，通过独创的专利技术追踪并记录用户在任意页面的停留时间和用户鼠标轨迹，形成用户鼠标轨迹热力图，更全面的统计用户行为数据，更精准的进行用户行为分析及用户画像。
* **页面分析：**精准统计各页面被浏览情况，热点图、直击页面的内容热点，实现页面模块的可视化管理以及界面展示效果分析，优化落地页的转化、留存。
* **异常报警：**基于大数据产出多重异常判定的模型，为企业站点提供包括网站健康、并发压力、流量超限、用户访问登陆频次、用户地域访问时效、用户跳出等多维度指标提供实时的异常数据监控提醒，让企业对于异常能能第一时间做出应对。
* **数据开放：**不同于传统广告工具仅提供的统计数据及结果，支持数据开放访问，采集的所有用户的浏览、点击广告、应用内的注册、付费等全部数据，由企业所掌控，便于企业对数据进行二次和深度利用。

1. 游戏活动数据解决方案：

* **全方位效果监控：**通过用户浏览、点击及参与游戏活动的时间和行为等监控，全方位跟踪分析游戏活动的数据及效果。
* **渠道效果追踪：**实时分渠道推广数据统计，监测到不同渠道推广用户的增长、活跃、留存状况，更加全面、快速的分析出投资回报率，让企业用户能更准确地进行渠道效果评估。

### 3.1.2营销数据服务

1. 广告监测评估：从曝光到付费，实现广告全生命周期监测，从用户全生命周期的角度衡量广告投放，打通用户广告行为与应用行为，实现连贯的单用户级的行为数据，支持企业对广告投放的快速决策与优化，灵活调整不同时段的最佳创意。
2. 营销数据挖掘：最大范围收集留存用户痕迹，监控实时在线新老用户信息及行为，提供客户在线跟踪及交互组件，支持实时用户交互促进企业交易达成，同时，协助企业采集用户留存非完成信息，进行二次整合挖掘，发现再次营销机会，降低营销成本。

### 3.1.3智能数据服务

1. 内容运营：通过大数据及企业模型，圈出不同业务的目标用户，并对目标用户进行定向分析和运营，协助企业实现千人千面的个性化内容触达。
2. 用户运营：协助企业搭建业务场景，并提供平台协助企业根据业务灵活设定和调整各业务触发条件，实现用户应用场景的自动化运营，如新客关怀、转化促进、复购提醒、流失召回等等。
3. 风险监控：搭建基础风控模型，并支持企业根据业务特征灵活调整风控指标，协助企业从渠道、用户、流量、交易等全方位监控业务的风险性，并实现实时的智能提醒。

## 3.2电子商务平台

### 3.2.1电商商城体系

1. 融惠联电商商城系统专注于企业电商平台开发，研发了完整的电商产品系列，为企业提供一站式多元化服务。

融惠联的电商商城系统立足于企业需求，研发了一套即开即用即上线的商城架构，同时还为企业搭建商城提供了特色的频道、海量的模板及丰富的组件等多种选择，极大缩短了企业商城上线时间，提高了企业电商体系搭建效率，低成本的满足企业的定制和个性化需求。

1. B2B2C商城系统：

融惠联B2B2C商城系统，支持企业自营与多商家店铺共存模式，能全面支持IOS/Android/Wap/微信等移动平台。完备的电商功能，帮助企业打造生态级B2B2C模式商业平台。系统根据互联网发展趋势不断迭代，无痛升级，为企业电商平台长线快速发展提供了强有力的保障。

1. O2O商城系统：

融惠联O2O商城系统，是一套切合企业需求的线上线下联动系统，其融合了企业线上线下的会员数据、活动数据、经营数据，并对运营、用户数据进行全面分析，实现企业线上线下一体化运营。同时还能协助企业实现总分管理架构下的多种运营模式以及财务结算体系。

O2O商城系统可提供：线上下单，线下提货；线下缺货，线上代发，总分机构的财务对账和结算管理等。

1. 积分商城系统：

融惠联积分商城系统是基于企业客户管理需求，搭建的基于企业客户等级的积分兑换管理体系，企业可按客户等级、商品类别等进行积分兑换系数和积分兑换频次的管理，除积分兑换体系外，融惠联积分商城系统还搭建了积分激励体系，企业也可根据客户在商城活跃度等进行积分奖励的设置。从而多维度的实现客户关怀、提升客户忠诚度。

1. 卡券系统：

融惠联卡券系统基于企业进行多商家管理时，提供优惠券整合营销方案，系统能支持企业对客户进行统一的营销管理，提升客户体验，同时也能给企业商家提供相对独立的卡券生成、核销和营销在线管理体系，更有利于企业进行本地化服务类商家的拓展，给企业打造一个更具竞争力的获客、粘客平台。

### 3.2.2内容及供应链服务体系

技术、内容、商品是构建电商平台不可或缺的组成部分，融惠联内容和供应链体系的构建意在协助大部分企业，低成本的解决商城构建中的痛点和难点，企业借助此套体系可根据其实际情况，自主灵活的应用融惠联提供的服务，高效的完成商城的建设。

1. 内容服务：

融惠联团队基于多年电商平台的运营经验以及各大电商平台的调研，构建了系列精品栏目，将运营商品按栏目进行分组、更新，企业可直接选择栏目及符合栏目属性商品进行商城构建，如商品无法满足企业需求，企业也可在栏目中进行自有商品的开发和补充。

1. 供应链服务：

融惠联目前已与多家优秀品牌商、一级代理商合作，可为企业用户提供虚拟、实物等多品类、品牌的高性价比商品供企业搭建商城时灵活选择。

### 3.2.3智能运营服务体系

借助融惠联的数据系统优势与电商平台系统深度结合，可实现按用户类型、营销活动实效、商品热销度等智能运营推荐，以及基于大数据分析的广告位管理指导等。同时，融惠联也搭建了一套成熟的运营管理体系，可根据企业需求提供运营管理服务。

### 3.2.4完善数据安全方案

融惠联根据企业发展不同阶段需求，提供整套数据安全策略，保障企业数据的隐私性和安全性，既支持企业独立的云端数据管理体系，也支持企业商城发展一定阶段后商城自建，并可同步协助实现企业商城整体数据迁移，扫除企业运营后顾之忧。

1. 用户数据脱敏：融惠联可根据企业需求与企业进行脱敏的用户数据对接，不接触企业客户敏感信息，最大限度防止企业客户信息外泄；
2. 独立企业数据库管理：融惠联搭建了一套数据库多点并联的平台体系，对企业运营和客户数据库独立管理，最大限度的防止了平台企业系统间的干扰，同时，完美的解决后期企业发展自建商城的数据迁移问题。

## 3.3营销活动平台

### 3.3.1营销活动中心

将数十种热门的互动营销活动工具产品化并通过与数字化手段结合，协助企业高效低成本的搭建不同的营销场景，快速建立客户连接，有效吸引潜客。同时，协助企业实时分析追踪营销活动参与者属性和行为数据，全面洞察活动情况，沉淀累积全年活动数据，不断提升活动效果，。

1. 促销中心：融惠联营销活动平台在提供满减、买赠、一价多件、优惠券等常规促销工具的同时，还可结合我们数据营销体系按与企业的客户体系，按企业客户属性提供个性话的营销方案，协助企业更好的增加老用户忠诚度，拓展新用户。如：复购优惠、新客奖励、老客优惠、会员权益优惠、积分赠送等。
2. 活动中心：提供签到、红包、转盘、砸金蛋、刮刮卡、九宫格、摇一摇、拆礼盒、帮砍价等多种互动工具，供企业在不同营销场景中选用，快速建立客户连接，有效吸引潜客，并提高潜客转化。
3. 游戏中心：提供海量高互动的竞技类、答题类、答题类、节日等不同类别和主题的游戏，满足企业不用的营销场景需求。

### 3.3.2分销中心

提供整套基于企业架构和销售层级管理的分销体系，企业可灵活配置的架构及返利模式，将此工具应用于内部全员营销和外部渠道销售管理，满足企业全员销售和渠道拓展需求。

### 3.3.3微信管理中心

多站点管理、微站搭建、粉丝管理、粉丝营销

### 3.3.4场景化应用模板

获客、活客、节日活动

# 4行业方案(2)

## 银行业

目标：借助数据平台、电子商务平台、营销平台三大平台，助力金融企业立体高效地推进智能化、平台化、场景化生态圈布局，构建线上线下一体化获客、活客、黏客的新型客户关系管理体系。

**拒绝羊毛，高效获客**

基于用户行为数据和用户属性数据进行有效数据分析，筛选出高价值用户行为特点，优化产品运营策略，精准定位目标客群，提高羊毛党门槛，对用户获取、激活、留存、转化等数据全流程追踪，帮着金融客户提高推广效率，找到高留存高转化的营销活动形式和获客渠道，降低获客成本。

**客户在线行为实时分析，创造更高中收机会**

通过独有技术精确捕捉并记录客户在线的移动轨迹及留存时间，结合客户属性及行为数据制定客户营销策略，精准定位不同客户需求，实时推送金融产品及客户权益活动，并可提供智能在线服务，增加客户的留存和转化，提升用户体验。

**构建权益化的生活、营销场景，提升客户活跃度**

通过电子商务平台，协助金融企业构建衣、食、住、行、游、购、娱等生活场景，实现与客户线上线下的联动，从而增加客户粘度，增强与客户的互动频次，最终促进金融服务的销售。

## 保险业

## 互联网金融

## 商旅（酒店、航空公司）-大数据、会员推送

## 电信业

## 零售业

## 教育（会员、活动、权益）

客户移动行为学实时触动

数据平台：

电子商务平台：

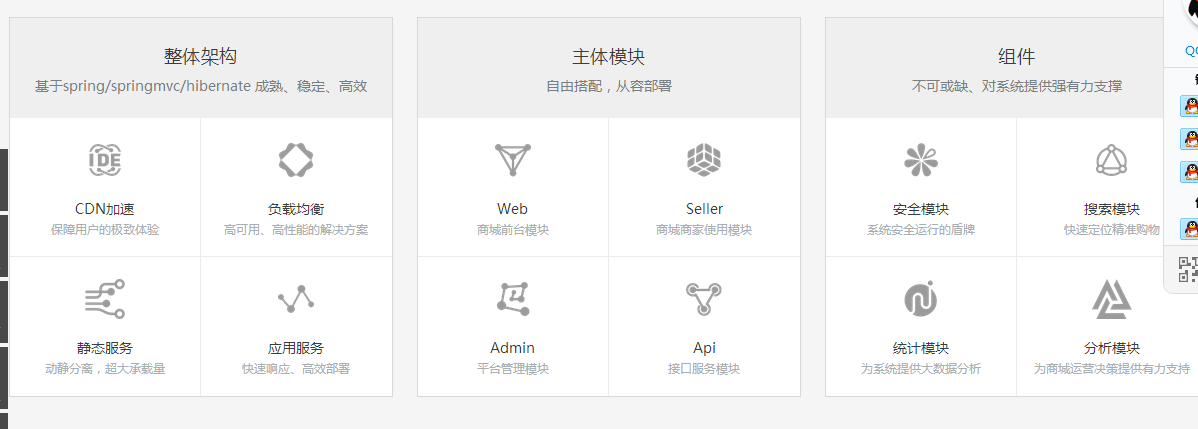
营销平台：

# ~~5合作模式~~

1. ~~Sass免费试用~~
2. ~~Sass专业版~~
3. ~~私有部署版~~

# 6合作伙伴(3)

国防大学军网、四川电信、中国投融资担保有限公司、环球家电网、尚德机构、用友软件、北京移动、五粮液、金府商城、南京优倍等知名企业。



<http://www.guanyiyun.com/yewu/b2b.shtml>

<http://www.360shop.com.cn/product/wfx>

# 工行设立网络金融部 力推智慧银行战略

2017-09-05 18:37:08  
来源：融微财经



##### [0人参与](http://gentie.ifeng.com/view.html?docUrl=sub_28546695&docName=%E5%B7%A5%E8%A1%8C%E8%AE%BE%E7%AB%8B%E7%BD%91%E7%BB%9C%E9%87%91%E8%9E%8D%E9%83%A8%20%E5%8A%9B%E6%8E%A8%E6%99%BA%E6%85%A7%E9%93%B6%E8%A1%8C%E6%88%98%E7%95%A5&skey=062d65&pcUrl=http://finance.ifeng.com/a/20170905/15652557_0.shtml) [0评论](http://gentie.ifeng.com/view.html?docUrl=sub_28546695&docName=%E5%B7%A5%E8%A1%8C%E8%AE%BE%E7%AB%8B%E7%BD%91%E7%BB%9C%E9%87%91%E8%9E%8D%E9%83%A8%20%E5%8A%9B%E6%8E%A8%E6%99%BA%E6%85%A7%E9%93%B6%E8%A1%8C%E6%88%98%E7%95%A5&skey=062d65&pcUrl=http://finance.ifeng.com/a/20170905/15652557_0.shtml)

在监管层加速整治互联网金融行乱象的同时，传统金融机构作为金融业的“老大哥”正在加码互联网金融。

8月30日，中国工商银行董事长易会满公布了e-ICBC3.0的战略升级，即智慧银行。此外，近日工行还宣布称，将在原有电子银行基础上重新组建网络金融部，将负责该行智慧银行战略的落地实施，统筹全行网络金融业务发展与管理、全行网络金融平台的用户发展与建设运营，以及全行与互联网企业的联动、合作。

而加速网络化的银行机构不只工行一家。全国金融工作会议提出服务实体经济、防控金融风险和深化金融改革的“三大任务”，其中深化金融改革就不得不提到金融科技的驱动作用。作为“老牌”传统银行的代表，国有银行推进网络化的步伐正日益加快。

重构互联网化体制

8月30日，工行发布中期业绩报数据显示，该行上半年实现拨备前利润2578亿元，比上年同期增长7.7%；在计提610亿元拨备后，实现净利润1537亿元，比上年同期增长2%；不良率较年初下降0.05个百分点至1.57%，拨备覆盖率较年初上升9.12个百分点。

其中，较为亮眼的是工行在互联网金融方面的布局。易会满曾在今年举行的2016年度股东年会上表示，下一步工行将围绕产品极致、场景创造、体制变革三大关键环节，构建开放融合的合作环境，发挥线上线下一体化优势，全面打造智慧银行服务体系，推动互联网战略向智慧银行战略升级。

8月30日，易会满还公布了e-ICBC3.0的战略升级，即智慧银行，工行将积极推动传统服务的网络化、智能化改造，推进创新服务向平台化、场景化的生态圈布局转变。

《中国经营报》记者从工行了解到，该行将秉持传承与创新的原则，加快大数据、人工智能、云计算等新兴金融科技的创新与应用，注重网络金融安全，积极打造金融服务生态圈，推进全行向智慧银行升级。比如，加快推进传统金融服务的智能化改造，构建开放、合作、共赢的金融服务生态圈，建设智能化的营销、产品、服务、风控体系，重塑银行作为信息和信用中介中心的地位。

“智慧银行的目标是构建线上线下一体化获客、活客、黏客的新型客户关系管理体系，致力于构建服务无所不在、创新无所不包、应用无所不能的服务模式。”易会满介绍道。

同时，近日工行还将在原有电子银行基础上重新组建网络金融部，网络金融部作为工行总行一级部室，负责该行智慧银行战略的落地实施，统筹全行网络金融业务发展与管理、全行网络金融平台的用户发展与建设运营，以及全行与互联网企业的联动、合作。

易会满认为，在体制上进行变革，是尊重科技金融的发展规律，要在银行内部建立有别于传统银行的、配套的用人激励机制、运营模式、研发机制等。

此前，中国银行、中国农业银行、中国建设银行陆续在2014年、2015年成立了网络金融部。

其中，建行将原电子银行部更名为网络金融部，发力三大网络渠道、三大生活平台、三个创新产品、三项智能技术和O2O体系五大领域；农行成立的网络金融部与电子银行部合署办公，重点推进金融与互联网技术的融合创新；而中行则撤销了总行电子银行部，原电子银行部网银、手机业务等业务全部划给新成立的渠道管理部，网络金融部主要负责电子商务等互联网金融创新业务，而在2017年初，中行又将该行渠道管理部进行分拆，其中一部分合并到了网络金融部。

某股份制银行电子银行部人士告诉记者，电子银行部变身网络金融部，不只是名字的改变，传统电子银行部主要是从事网上银行、手机银行、电话银行以及银行的电子化产品渠道建设等业务，而网络金融部更是在移动互联网趋势下，让传统银行不仅从产品和业务层面互联网化，更从组织架构层面重构网络服务。

国有银行不畏冲击

从2015年3月工行正式发布互联网金融平台“e-ICBC”品牌，到2015年9月工行互联网金融战略首次升级，再到如今冲刺智慧银行，近年来工行积极推进互联网金融发展战略，持续升级完善以开放式网络银行平台融e行、电商平台融e购、信息服务平台融e联为主体，覆盖和贯通金融服务、电子商务、信息服务的互联网金融整体架构，加快网络融资业务发展。

截至今年6月末，工行融e行客户数突破2.67亿户；融e购上半年交易额5239亿元，非金融交易占比达到90%，B2C客户数7143万户；融e联客户数9349万户，较年初增加2701万户，相继推出了衣食住行等多场景应用的便民生活服务；网络融资余额7420亿元。这也是工行深入实施“大零售”的重要一环。

谈及下半年的挑战时，易会满表示银行同业以及互联网企业、金融科技企业跨界竞争格局的重构，会倒逼加快经营转型和服务模式创新，巩固和扩大差异化竞争优势。

感到这种压力的，不只工行一家。建行亦在业绩报中表示，下半年互联网金融跨界竞争加剧，对银行发展构成挑战。

在今年上半年，建行仅电子银行业务收入就达 64.84 亿元，增幅 41.14%，建行将其归功于该行全力打造网络金融生态系统，从而推动网络金融客户和交易量较快增长。

建行在业绩报中表示，该行网络金融业务以打造网络金融生态系统为核心，快速响应市场和客户需求，确保网络金融业务同业领先、网络金融产品和服务快速迭代，为全行“获客、活客”创造价值。

中行董事长陈四清亦在业绩发布会中介绍道，上半年，该行持续推进科技创新引领，加大业务和科技融合力度，致力于改善客户体验，提高服务效率。

截至6月末，该行已实现36家境内一级分行智能柜台全覆盖，网点覆盖率达到51%，有效推动了网点的转型，在深圳、苏州，智慧柜台已经达到了100%；同时，中行网络金融业务持续快速发展，手机银行实现交易金额4.81万亿元，同比增长51%；网络消费贷款产品“中银E贷”快速增长，余额的占比从年初增长222%。

农行也在业绩报中披露道，该行2017年上半年，持续推动网络金融业务转型升级，大力推进互联网金融服务“三农”，搭建功能完善、产品丰富、开放共享的“三农”互联网综合金融服务平台，建立互联网金融服务“三农”的产品、制度、科技、运营、风控体系。截至2017年6月30日，该行各类网络金融客户累计达7.65亿户，较上年末增加客户5414.3万户；上半年电子 渠道金融性交易笔数达200.5亿笔，同比增长52.8%；电子渠道金融性交易占比达97.0%，同比提高了2.7个百分点。

谈及近期互联网金融工作的重点，易会满表示，首先要围绕生活、消费、服务等场景，通过场景服务进一步增强获客渠道。“所以加强跟第三方、跟我们客户的全面合作，建立更加开放的平台，领域更加宽广的合作，来提升我们的服务能力。”易会满认为，银行业是抱着开放、合作的眼光来在互联网领域，工行和所有的第三方、互联网企业，以及新建的产品平台都能成为合作对象，只不过是阶段和业务品种不同。

“大家不必为传统银行过度担心。面对互联网行业的快速发展，我们会有危机感，但实际上银行的传统优势始终是保持着的，因为我们有信用、有强大的资金实力，所以只要对整个创新领域采取措施，我们是能够扬长避短的。”易会满如是说。**[http://p2.ifengimg.com/a/2016/0810/204c433878d5cf9size1_w16_h16.png](http://www.ifeng.com/)**