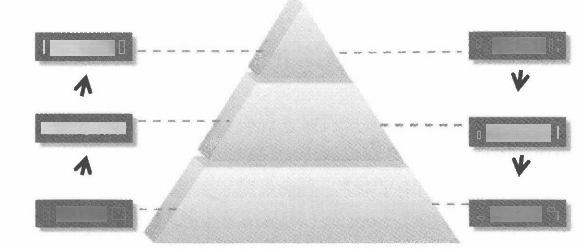
**3.6** **BI** **在电子商务领域的应用**

**3.6.1** **电子商务运营决策分析**

随着整个电子商务行业格局的不断调整，B2C 、B2B 、C2C网站层出不穷，我国 的电子商务运营企业，正面临激烈的竞争和前所未有的挑战。如何提高对市场的 快速反应能力，改善企业管理水平，提高经营效率，达到建设行业领先商务平台的 战略目标，成为我国电子商务行业当前面临的一个重要课题。

商业智能作为一种企业辅助决策的解决方案，在传统制造业取得了显著的效 果。电子商务行业和传统的制造业有着很大的不同，电子商务行业不仅要辅助公 司的中高层做决策，还要和网站的运营部门结合起来，做网站的分析。如图3.19 所示，电子商务决策分析系统为分析层、决策层提供决策分析平台，为操作层以及 各业务系统提供执行优化的智能帮助。



指标和报表

分析层

分析4策咯

操作层

(ERP、SCM、CRM、MES、HR、FINANCE)

**对数据进行分析**

战咯决策

执行优化

数据积累

决策层

**图3.19** **电子商务决策分析系统**

**1)企业级** **KPI 决策系统**

满足企业信息整合，由粗放型经营和管理向集约型转变。对于企业决策者也就 是公司的高层人员而言，必须对企业运作中的各种信息和数据进行监控、分析、管理， 并据此进行判断、决策，进而采取行动。随着各种数据处理和分析应用软件的涌现和 升级，企业发现需要处理和分析的信息和数据越来越多，越来越复杂，在处理和分析 信息中所投入的时间成本更大。而使用仪表盘能可视化地呈现信息，且有助于判断、 监控并支持决策，从而有效地提升信息系统的实时信息处理能力，这一特性使得“仪 表盘”成为缓解和解决上述问题的重要途径，并日益赢得使用者的青睐。

**2)部门级绩效考核系统**

目前很多企业在绩效考核中面临的问题是这些企业大多建设实施了 ERP 系

**商** **业** **智** **能** **在** **电** **子** **商** **务** **中** **的** **实** **践** **与** **应** **用**



36

统，实现了业务处理的自动化，但在管理决策上很多企业并未真正实现管理信息自 动化。这样企业绩效管理的处理过程是，ERP 系统进行业务处理产生了大量业务 数据，管理部门在此基础上把数据从 ERP 中倒出，利用数据库处理或 EXCEL 手 工进行数据整理和分析，按照企业的绩效管理的考核方法，如 KPI 的各种指标等 进行计算和分析，最后得出绩效考核的“数量”结果。

**3)业务监控及分析**

对于电子商务网站，主营业务就是网站，了解网站运营情况，对运营进行 系统有效的分析至关重要。运用BI 对运营数据进行分析，从而提升网站整体 运营效果，监控并分析网站运营状况，找出存在的问题，提出改进优化意见，实 施改进措施，进一步提升网站整体性能，获得更高的知名度，留住老用户，吸引 新用户。

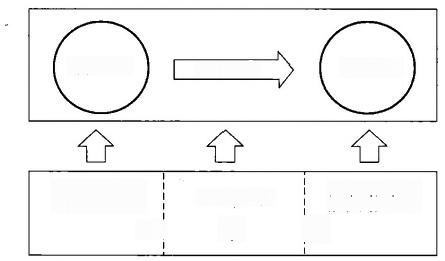
**4)分析型工作流程**

目前市场成形的大型分析型系统主要有 ERP 系统、SCM 系统、CRM 系统等， 这些系统都给公司运营管理带来了巨大的价值。因此要提高公司在电子商务领域 的核心竞争力，分析型流程定制是公司运营发展的必然趋势。分析型工作流程纳 入到运营系统后，会把BI 和业务紧密结合，使公司运营系统化、体系化，同时也会 提高运营系统的响应效率与质量，从而提升操作人员的工作效率与工作质量，规范

化运营体系保障业务运营的正常进行。

**3.6.2** **对外-支撑网站用户分析**

BI在支撑网站上有其自身的优势，无论是完整的成熟仓库架构还是先进的数 据挖掘技术，都是其他系统无法取代的。网站作为服务客户的一个平台，网站运营 无非是以下几个方面：用户对象、服务工具、服务方式，而BI 在电子商务服务中的 这几个方面都有应用(图3.20),下面是其具体应用框架。

服务工具 服务方式 用户对象

异常用户挖掘

网站功能优化 数据增值服务

个性化服务

系

规范用户入口

BI

统

**图3** **.20** **BI 网站支撑系统框架**



**商** **业** **智** **能** **在** **电** **子** **商** **务** **的** **解** **决** **方** **案**

**第** **三** **章**

**1)个性化服务**

电子商务竞争日趋激烈，网站的服务质量对于网站的发展至关重要。网站的 用户千差万别，采用统一的服务不可能满足所有用户的需求，如何对每一个用户采 取有针对性的个性化服务就是BI 的应用领域之一。

个性化服务主要可以区分为：问候、用户定制、实时消息和特色推荐。但是无 论哪一种个性化服务都必须面对服务时机的选择、服务对象的识别、用户偏好的总 结以及服务与对象匹配几个环节，只是有时候某些情况下某些环节相对简单比较 容易实现。

个性化服务做得好，可以大大缩减用户浏览网站所花费的时间，提高用户的效 率，增加客户对站点的好感，提高用户黏性，对增加网站用户规模、提升网站知名度 都有好处。

**2)网站异常用户挖掘**

电子商务网站欺诈现象一直是用户非常关注的一个问题，很多电子商务企业 甚至把欺诈问题看成是关乎网站生死的大问题来抓，但是在互联网这种特殊的环 境模式下欺诈问题一直很难解决。

电子商务的欺诈现象，主要形式有诈骗、钓鱼以及一些虚假注册、重复注册等。 这些异常用户隐藏在海量的用户群体当中，利用传统的统计方法和人工识别方法 很难区分，BI 可以利用数据挖掘技术，根据用户的历史行为数据的挖掘分析，以及 用户基本信息的文本挖掘等手段，将异常用户与其他的正常用户进行区分，并将分 析结果提供给相应的负责人进行处理，大大提高异常用户的甄别能力。

37

网站欺诈用户的减少，为其他用户的正常交易提供一个安全的环境，使用户在 网站上交易更放心，无疑会大大提高用户对网站的认同感，对于网站的发展有着非 常积极的作用。

**3)网站效果分析及优化**

任何一个网站都不可能很完美，网站都是随着功能的不断改进和完善而不断 进步的，那么功能好不好，应该如何完善就成了网站时时刻刻需要面对的问题；同 时网站作为电子商务企业获利的工具，网站现有资源是否合理利用也是企业面临 的另外一个问题。

BI 通过数据挖掘与分析，剖析用户使用网站功能的每一个细节，通过流量分 析，与用户访问路径的挖掘，合理评估网站功能的好坏，并对网站功能可能存在的 问题进行定位，为产品人员合理的优化和改进相应的功能提供参考依据；BI 通过 网站资源的流量监控，对网站资源的价值进行评估，并发现新的有潜在价值的优秀 资源，为运营部门对资源产品的合理定价提供参考依据。

网站功能的改进和优化可以保证网站能够与时俱进，确保网站能够有持

**商** **业** **智** **能** **在** **电** **子** **商** **务** **中** **的** **实** **践** **与** **应** **用**



38

续的竞争力，使网站能够不断地做大做强；网站资源的合理利用则是网站持续 盈利能力的保证，用户认可并且具有强大盈利能力的网站才是真正意义上好 的网站。

**4)数据分析增值与服务**

电子商务网站多年来沉淀了大量的数据资源，这些数据资源就好比有价值的 矿石，除了利用这些资源优化网站间接的为企业创造价值以外，能不能运用这些丰 富的数据资源，提炼出对用户有价值的信息，提供给需要的客户，从而直接为企业 创造收益成为了很多企业的目标。

电子商务网站可分析的有价值信息很多，根据电子商务行业的特点这些信息 可以分为下面几类。

· 可以帮助用户更加了解市场的市场分析：如用户所处行业的供求变化趋 势，哪些产品热门等。

· 可以帮助用户更加了解他的客户的客户分析：例如用户来源于哪里，他们 是如何找到我的，哪些客户需要重点关注等。

· 可以帮助用户提高他在网站上推广效果的效果评估及优化：例如用户购买 推广产品的推广效果，哪些推广方式可以帮助用户提高推广效果等。

这些分析既可以帮助用户发现市场机会规避市场风险，又能帮助用户提高推

广效果，核心就是在为用户创造价值。用户能够通过我们的数据分析增值与服务 创造价值，那么他们自然愿意花费这些价值中的一部分来购买这些服务，因此数据 分析增值与服务所能为公司创造的价值的多少完全取决于增值服务为客户带来的 价值的多少，为客户带来的价值越高，那么增值服务本身的价值就越大。

从上面的分析我们不难发现，网站作为电子商务企业服务于用户的一个工具， 核心还是服务于用户，因此 BI 对网站的支撑实际上就是对网站用户的支撑，用户 的需求在变化，那么 BI 对网站的支撑也要变化，以用户的价值为导向的 BI 的价值 才能够得以体现。