

## 介绍 1-1 互联网精准营销的背景

建议课时：30 分钟

### 一、教学目标

- 了解大数据背景下的互联网精准营销；
- 了解电商行业目前的营销策略；
- 了解电商行业如何实现精准营销；

### 二、背景介绍

#### 1. 背景简介

随着互联网不断地推行和普及，大数据给企业营销带来的影响已然不容小觑，大数据精准营销，营销的颠覆性变革同时也证明大数据的实际意义。将来几年，数据营销将有望替代传统营销占据主导地位。大数据精准营销以客户为中央，依托强大的数据库资源，通过对数据的剖析整合，对客户进行准确的剖析定位，做到适宜的时间、适宜的所在、适宜的价钱、通过适宜的营销渠道，向精确的主顾提供需求的产物，实现企业效益的最大化。精准营销的本质是依据方向客户的特性化需求计划产物和效劳，而大数据便是花招。

大数据技术是电商企业实现精准营销价值的核心技术，大数据下的精准营销也是推动电商企业成功的关键因素。在大数据背景下企业的精准营销应该是“精准营销=精准数据+精准分析+精准推送”，在目前精准营销策略众多的背景下，通过大数据平台的技术支持，对用户数据进行分析，形成“用户画像”，通过筛选确定营销客户群体，再通过推荐系统将相关的商品信息精准的推送到客户手中已经成为相对成熟的一套精准营销策略。

## 2. 电商行业的营销策略

- (1) 产品定位，电商平台一定要有和别人不一样风格的产品。
- (2) 产品质量，产品质量是一切电商店铺营销的基石。
- (3) 电商中的积累，需要一个人脉和资源积累的一个过程。
- (4) 消费者的评价，可以把客户的好评罗列出来，比如说发布的文章增加了很大的销量和相关的品牌曝光度之类的东西。
- (5) 放心的用户体验，安全放心的用户体验是极为重要的。

## 3. 基于大数据技术的电商精准营销

企业在电商平台实施精准营销的第一步是更好的在电商平台上辨别目标消费者，并根据其属性和行为进行分类。企业实施目标消费者分类的策略是：首先，企业根据消费者在电商平台上与品牌产生的交互行为建立消费者购物阶段模型，并以此设立品牌消费者数据资产库；随后，企业将为单一消费者建立用户画像，从多维度定义消费者。