

2022客户数据平台 (CDP) 服务TOP40

文/米栏

从早期的CRM(客户关系管理)、DPM(数字化业绩管理)以及SCRM(社会化客户关系管理)系统,到近些年兴起的CDP(客户数据平台)服务,工具的变化反映的实质是环境与模式的变迁。

老生常谈的从增量到存量时代的变化,单纯依靠流量增长的粗暴模式无法持续,需要通过对消费者精细化运营来获取增量。同时,目前消费主力军接收信息的触点逐渐粉尘化,微信、抖音、小红书、B站、垂直社区……

单一爆点、千人一面营销方式的效用日益式微,私域抑或是全域营销的重要性开始体现,而这成立的前提就是对消费者用户画像的精准把握,这类客户数据资产的工具基础就是CDP(客户数据平台)。

CDP是什么

CDP,我们可以将其理解为由营销人员管理的客户数据库,通过汇集、整合、分析不同渠道、场景及来源数据,逐步实现更为全面、细致的用户建模,从而制定相应营销活动,以提高营销效率、优化客户体验等。

其核心价值就是帮助企业构建和管理消费者数据资产,然后将数据应用于后链路的深度运营中,从而实现以消费者数据驱动的全链路营销。

因此,客户生命周期价值(LTV)越高的行业,应用CDP产生的效益也就愈大,渗透率相对较高。如汽车、B2B、教育、医疗、金融等行业,客单价高,从投

放、获客到售后服务周期长,符合高利润、链路长特点;零售行业虽然通常产品单价低,但SKU多、用户购买使用频繁,积攒数据相对全面、细致,易于挖掘数据价值,其特性符合强复购。

与此同时,企业、市场对数据资产的重视,也让CDP的规模、增速都在高速飞奔。

IDC数据显示,2021年全球CDP市场规模达到21.6亿美元,未来五年年复合增长率(CAGR)预计为21.5%。市场研究机构Markets and Markets也给出了近似的研判,他们预计CDP的全球市场规模将以29.3%的年均复合增长率不断扩大,在2023年将达到33亿美元。

回到国内市场,数字营销咨询机构纷析智库发布的《2021年品牌CDP与营销数字化转型报告》指出,2021年中国CDP行业份额是28亿元,五年内将达到80亿元。

现阶段,国内布局CDP领域企业既有类似阿里云这样的云计算服务商,也有数据相关服务起家的云徙科技、GrowingIO等提供商,以及深演智能、LinkFlow等营销型服务商。企业数量众多,市场格局还未确立。但可预见的是,未来3~5年仍是国内CDP行业高速发展时期,行业发展潜力尚待进一步挖掘。

CDP有效吗

目前国内CDP行业依然处于起步阶段,缺乏相对统一的行业标准以及相应的共识,导致行业内玩家数量虽然众多,但实际落地效果却千差万别,如何甄别、评价CDP的效用还是要回到业务场景中来。

最简单粗暴的方法就是看ROI,但CDP从过往的经验看,就是很难在短期看到显著成效的产品。这里面影响因素很多,有可能企业本身数据基础建设不足,也有可能是客户本身所处行业性质决定的,尤其是一些客单价较高、决策链路较长的品类,线下体验是绕不过的一环(如汽车、奢侈品、中高端3C),但往往线上的营业额比例,又大部分集中在淘系、京东等第三方电商平台,就算CDP在其中起到的是中间环节,但效果仍然很难量化。

这也是目前很多企业求真金白银投入CDP持相对谨慎态度的核心原因。

不过从另一个角度看,CDP建设注定是一个长期的过程,数据的整理、收集、整合、使用、运营等,会在使用过程中逐渐被放大价值,长远看它会是后续很多数字化模块成型的先决条件,仅仅用短期价值来衡量就显得有些苛责了。

对中小企业来说,CDP的规模其实可大可小,最极限的情况,就是几个公众号和小程序的买点,对接一个CRM,基本的数据分析也可以保证,且不会占用太多的预算。关键就是有一个架子,后续视情况升级或者延展,当然这对服务商产品是否具有轻量级可扩展的特性提出了考验。

而对大企业来说,明确自己建设CDP核心诉求是关键。在业务层面,企业才是专家,服务商的角色更多是在技术端配合促成企业端的需求,业务流程、消费者旅程下有哪些数据可以真正为后面的应用(业务增长、促新、转换、召回等)带来帮助,标签体系、分析指标维度等该如何确立,企业与服务商双方的沟通磨合在整个过程中必不可少。


回归本源

大数据平台、数字化运营、CDP、数据中台……这些年，相关概念的层出不穷，市场的一轮轮洗脑，企业有真金白银的收获，也有印象深刻的“课堂学习”。有的企业大数据平台、数据中台、CDP，样样

都有，有的甚至还不止一个，每一个都号称要打破烟囱系统，但结果需要用哪个，还是没个说法。

归根结底，CDP只是一项工具，目的依然是帮助企业更好地服务于自身的客户。什么样的CDP产品适合自己，需要结合自己业务流程与内部管理情况综合判定，考量

好可实现的成效，切忌盲目跟风，尤其是这样需要长期投入的项目，风险与机遇并存，需要的是耐心、勇气以及战略智慧。

对服务商来说，少谈一些高大上的概念，多一些落地的方案、产品、服务，尊重市场，或许未来会获得更多意想不到的回报。

2022客户数据平台(CDP)服务TOP40

PK	企业/品牌	平台
1	阿里云	阿里云Cloudera CDP
2	深演智能	AlphaData
3	销售易	销售易CDP平台
4	LinkFlow	LinkFlowCDP
5	云徙科技	云徙数舰X·CDP
6	GrowingIO	GrowingIO客户数据平台
7	明略科技	明略科技CDP
8	神策数据	神策CDP
9	诸葛智能	诸葛CDP
10	Convertlab	Data Hub
11	火山引擎	VeCDP
12	TalkingData	消费者数字化运营平台
13	百度爱番番	RT-CDP
14	悠易互通	YOYI DataBank
15	数云	消费者数据管理平台
16	惟客数据	WakeCDP
17	创略科技	NEXUS CDP
18	国双	智能用户数据平台
19	致趣百川	B2B客户数据平台
20	京东零售云	京东天链
21	九枝兰	九枝兰CDP
22	径硕科技	JING IDXP
23	数说故事	数说故事CDP
24	滴普科技	Datasense
25	奇点云	DataNuza
26	数澜科技	客户数字运营平台
27	Whale帷幄	帷幄CDP
28	神州数码	Bluenic
29	火眼云	客户数据平台(CDP)
30	ChiefClouds驰骛科技	消费者数据平台
31	智子云	智子云CDP
32	Marketin	Marketin CDP
33	Techsun(天正)	客户数据平台
34	数势科技	客户数据平台
35	TIMING营销	TIMING客户运营平台
36	积木云策	云策CDP
37	MarketUP	MarketUP
38	联蔚信息	全域消费者平台(CDP)
39	盈客云	盈客云 CDP
40	今云软件	今云外贸CDP

2023.02德本咨询/eNet研究院/互联网周刊选择排行