

数据库营销

郭臻

QQ:8970950

- 数据库营销概念
- 数据库营销策略
- 数据库营销实现形成—数据挖掘
- 数据库营销系统现实状况、展望

数据库营销概念

- 所谓数据库营销就是在企业经营过程中形成各种数据，并经过对其加工处理来获取制订营销策略所需要信息，并在此基础上制订对应营销策略。

利用数据库营销对企业带来好处

- 数据库是一个可借鉴财产；
- 提升员工工作效率，拓展思索空间；
- 形成、完善营销所需数据，为管理层决议提供参考；
- 帮助企业形成客户预测行为；

数据库营销策略

- 从数据建模入手
 - I. 把管理层思维模式转换成用计算机识别方式；
 - II. 各种数据源数据读取、整合、清理；
 - III. 大量数据储存和管理；
 - IV. 数据库实践和扩展；

数据库营销系统组成

- 按照企业需要业务组成、账目等形成数据源；
- 利用统计技术或者预测工具形成数据库模型；
- 进行强大展示功效；

当前需要完成数据源

- 试点地域

- 医院

- 商业客户

- OTC

- 消费者

- 地域促销情况

- 从业人员（商业、医院、OTC）

医院数据系统（1）

- 综合性医院
- 专科医院
- 中医院
- 目标医院（重点）
- 基层医疗机构

医院数据系统（2）

❖ 目标医院：

- 医院资料；
- 月、季度、年度销量；
- 产品渠道起源；
- 目标科室、医师；
- 主要竞品数据采集；
- 业务人员；

商业客户数据系统（1）

- 地域全部商业客户资料
- 商业客户级别分类
- 商业客户地域分类
- 商业客户资信分类
- 商业客户销量分类

商业客户数据系统（2）

- 目标商业客户资料
- 月、季度、年度、历史销量
- 销售链、流向
- 销售量和周期
- 帐龄资料

商业客户数据系统（3）

- 覆盖终端（医院、OTC）
- 月度、季度、年度推广活动评价
- 促销活动
- 竞品数据采集
- 业务人员

OTC 数据系统(1)

- 地域OTC资料统计
- 目标OTC客户资料
- 区域OTC分布情况
- 月、季度、年度销量
- 进货渠道
- 小区人口量、消费能力评价

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/988143036115006100>