

专题讨论 - 电子商务与市场营销

大数据时代下 电子商务及营销的机遇与挑战

讨论主持人：林祯舜 博士
吉林大学商学院市场营销系 兼任教授

第五届R语言会议

与会嘉宾

廖明

传立媒体 营销策划管理 董事总经理

肖嘉敏

艾瑞咨询

洪健飞

Wal-Mart 数据分析与挖掘副总监

李忠

eBay APD 经理

林祯舜

吉林大学商学院市场营销系 兼职教授

先锋信息技术有限公司 CAO

大数据时代下 电子商务及营销的机遇与挑战

座谈时间

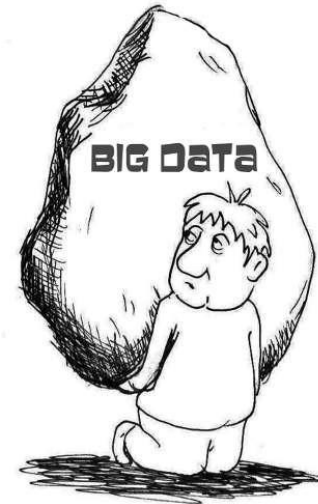
每位来宾**5**分钟说明自己的观点

20分钟问题与讨论

缘起

从十九世纪Ward和Sears从事名址的收集及邮购目录开始，营销人员总是根据他们**所处**的**时代**使用”**大数据**”

然而，现今所谈的**大数据**对**营销**而言是否太**大**了？



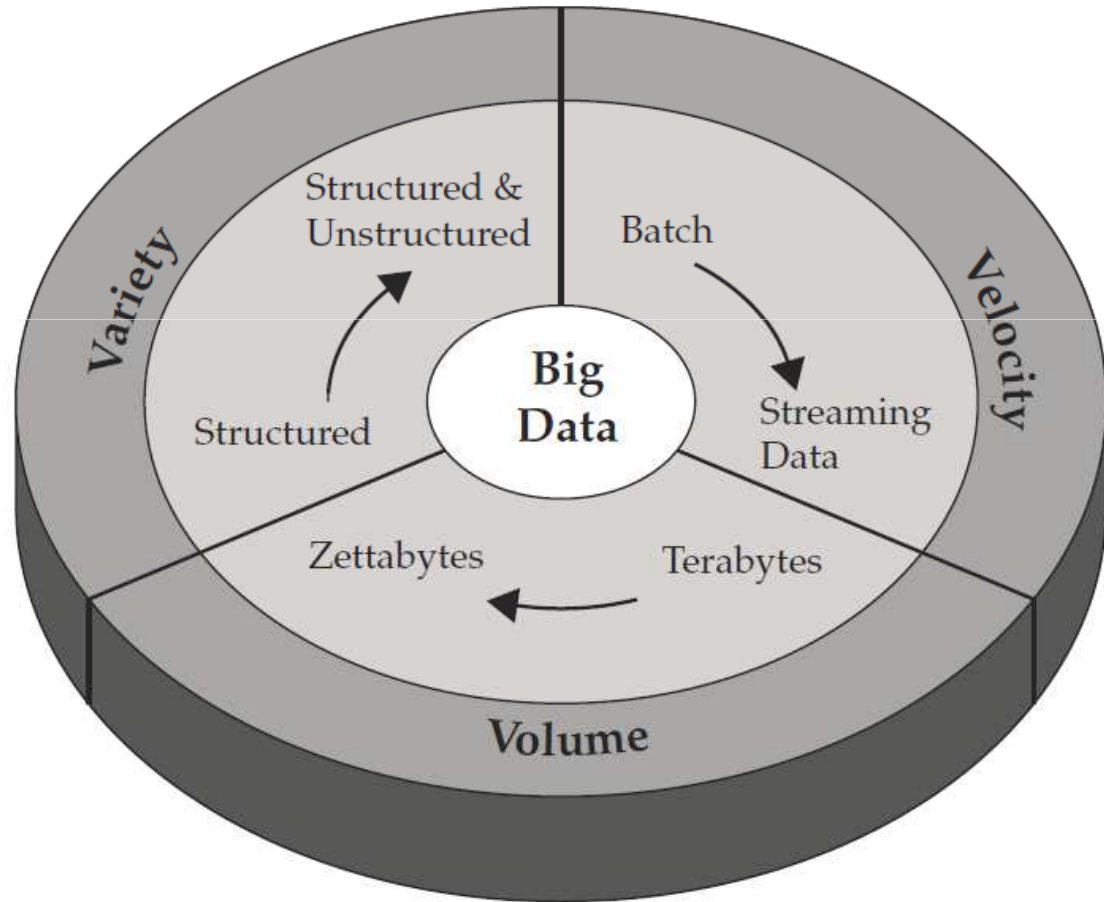
缘起

现今许多新一代的**营销**和**媒体企业**多是由软件**工程师**领导，这些工程师直接将**营销策略**直接**嵌入**到**代码**中、依靠**机器**来识别消费者的**口味**并且从社会化媒体的信息流中判断**品牌情感**（情绪）。

数据储存及**运算速度**成几何级数的增长可能动摇营销做为一个**独立业务部门**而存在的**基础**。

大数据的特性

- ✓ 规模性
- ✓ 高速性
- ✓ 多样性



为什么要使用R - 最新的原因



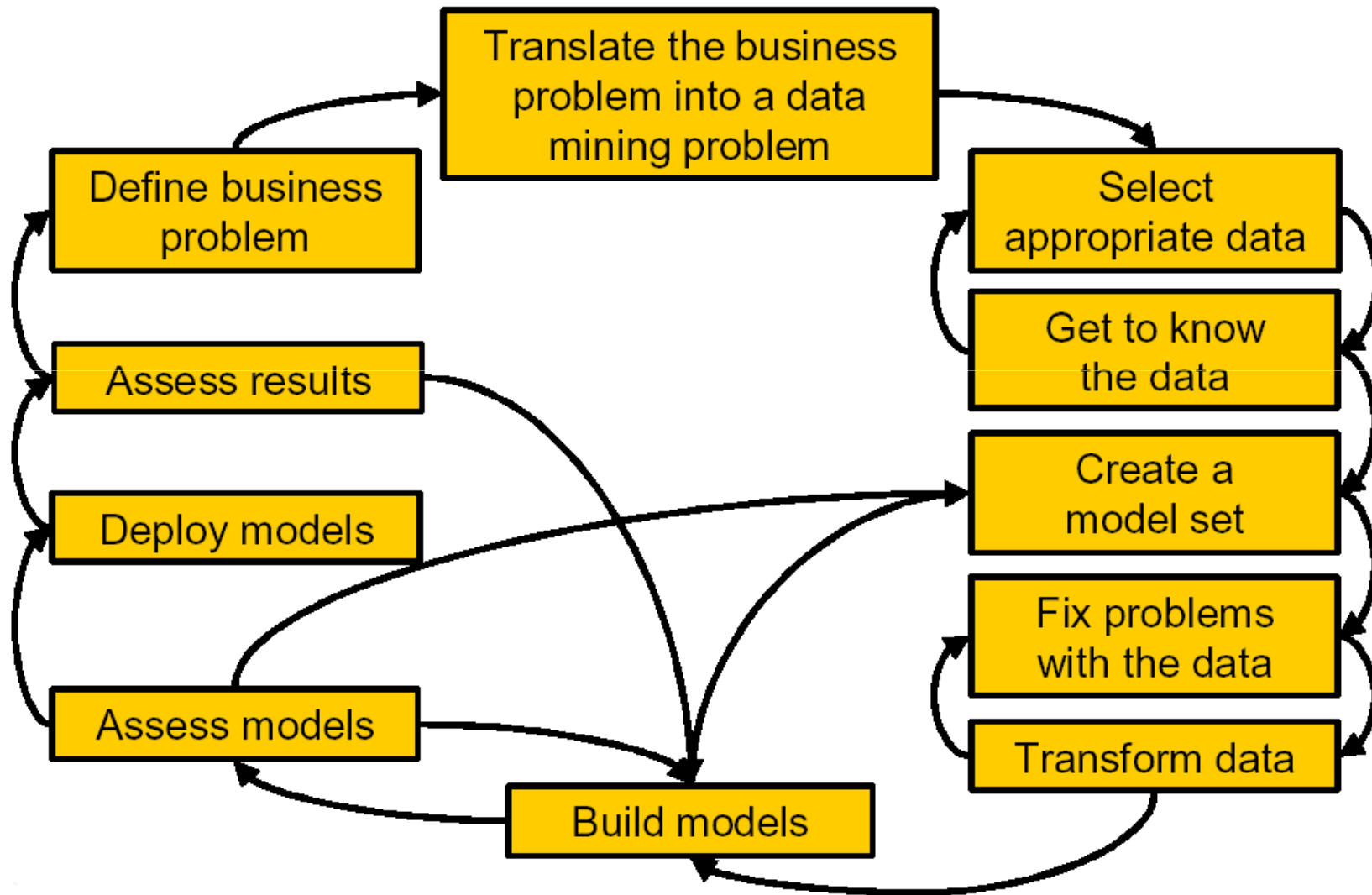
1. 大数据在电商及营销领域的发展及应用
2. R在电商及营销的应用前景
3. 电商及营销最常用那些算法?
以及这些算法的应用

十年之前

数据挖掘曾经很火

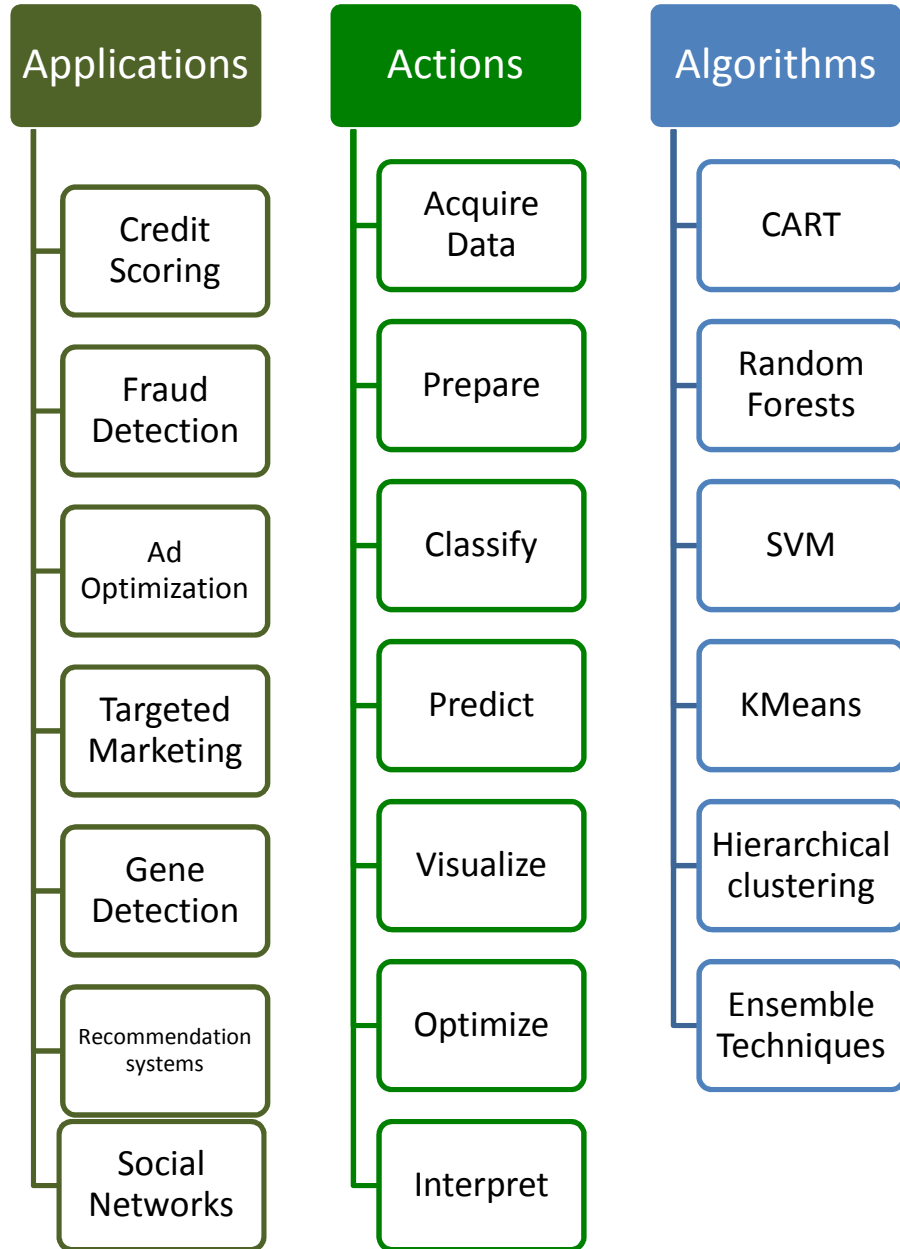
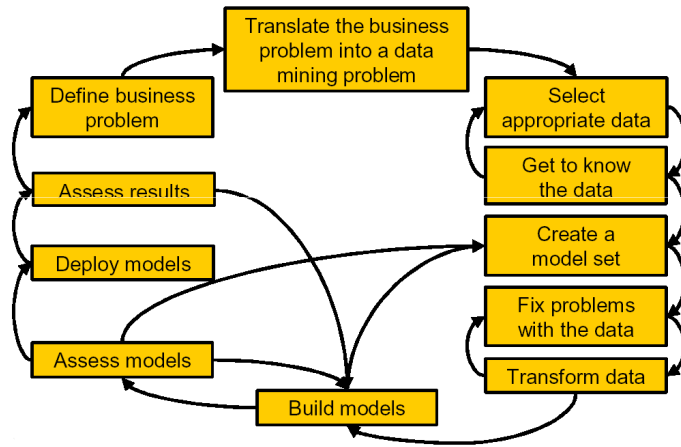
以下投影片除了第二张之外，都是十年前的……

Data Mining Is Not a Linear Process

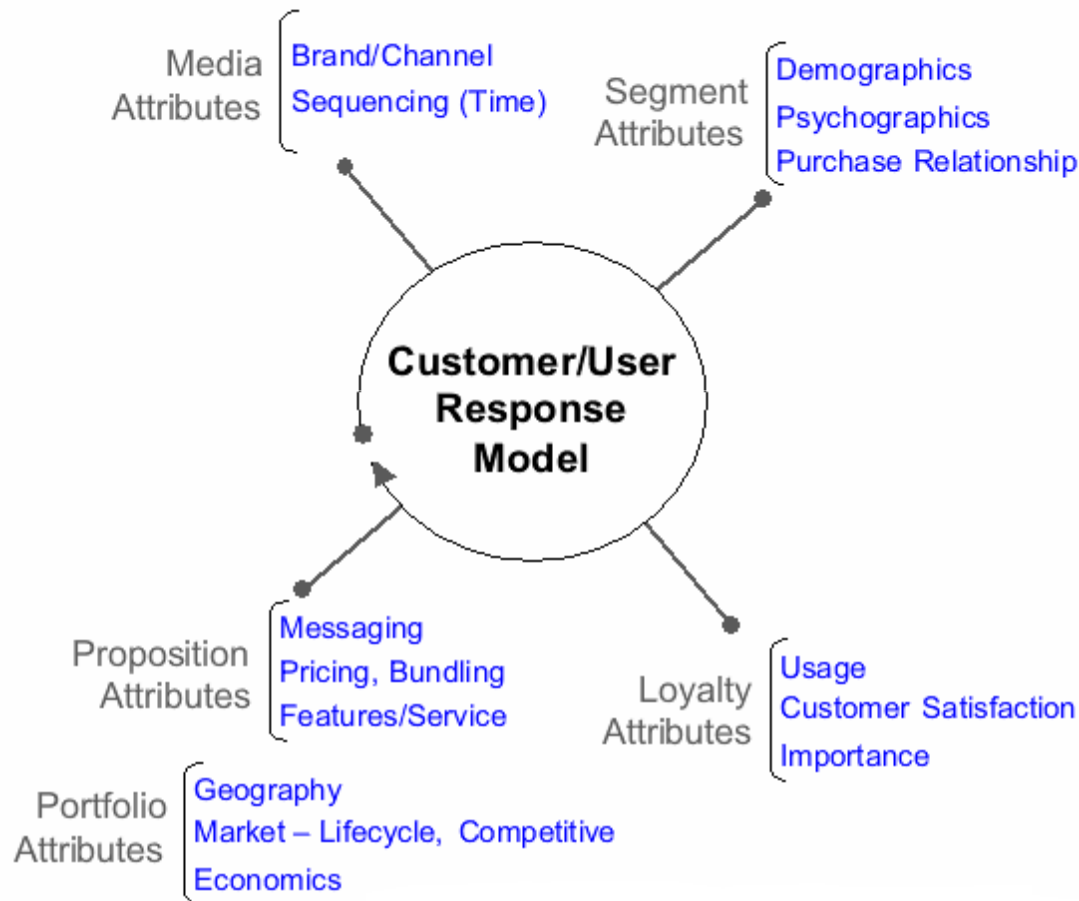


Data Mining

Data Mining Is Not a Linear Process



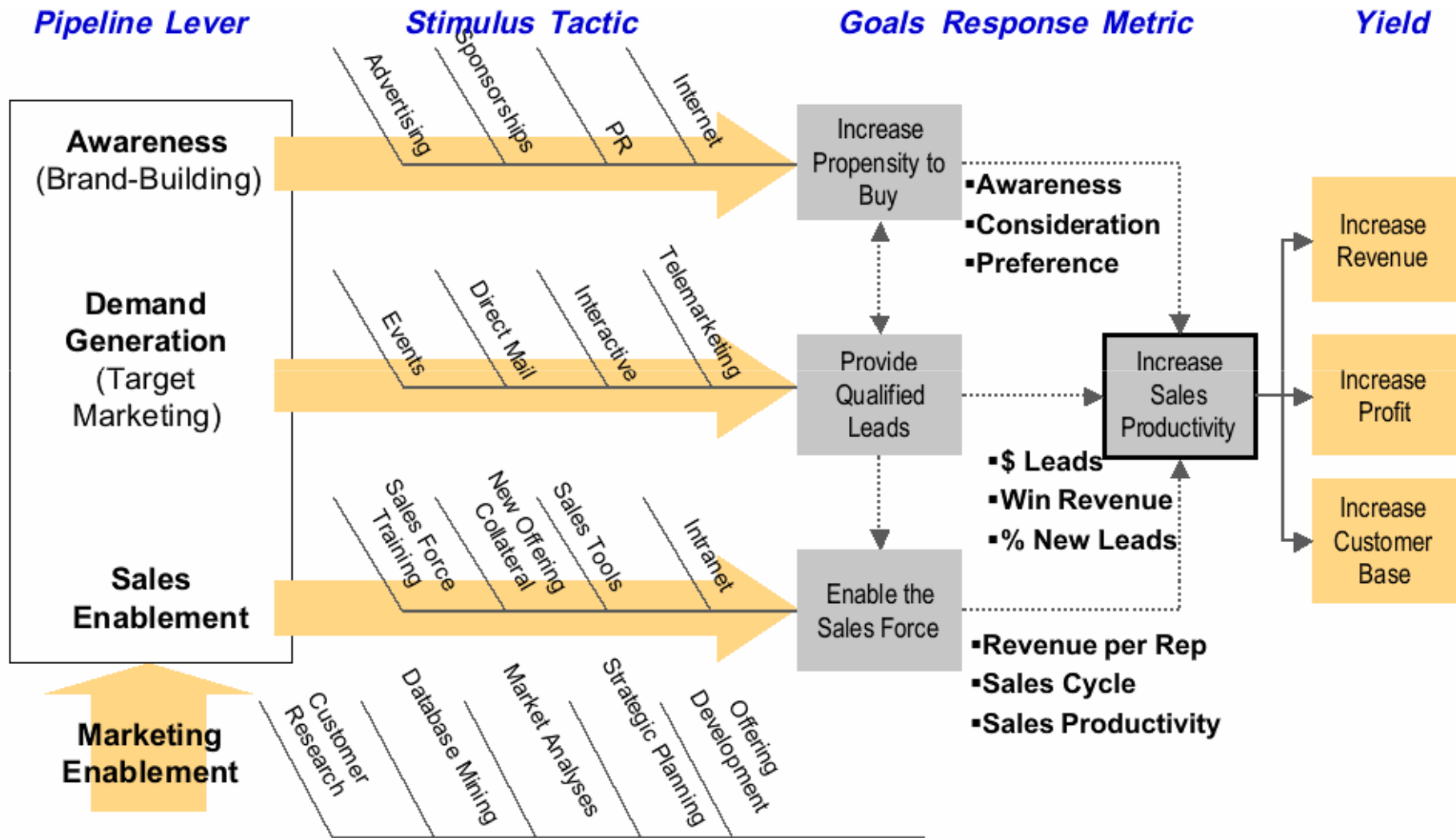
Marketing “Portfolio Management” Framework



What Are We Trying To Optimize?

-) Awareness
-) Consideration
-) Purchase (Revenue)
-) Profit
-) Life-time value (retention)

Analytical Framework



谢谢各位的聆听

提问(Q&A)

