

客户生命周期管理系统

从客户的拉新，活跃，沉睡，唤醒，流失过整个生命周期过程的行为特征进行分析，辅助运营提升和挖掘客户的价值，了解客户成长路径中每个环节的关注点，助于企业为客户更提供好的进行产品及相关服务。



01

科学计算模型

客户终身价值CLV模型
RFM模型
用户社交网络SNA模型

02

标签体系

消费者宏观标签
消费者微观标签
业务个性化标签

03

用户拉通

企业数据拉通
社交数据拉通
跨平台数据拉通

04

异常提醒预警

客户流失预警
数据稽核
数据异常预警

数据来源多样



数据来源的多源化，客户的画像越来越清晰。

- 通过线上线下会员数据打通，直接获取会员基础数据与购买信息，进行营销，服务，产品的业务支持；
- 整合全渠道信息，统一会员数据资产；
- 助力企业战略转型，增强会员粘性，提升品牌忠诚度，并利用社区化概念提升品牌传播

