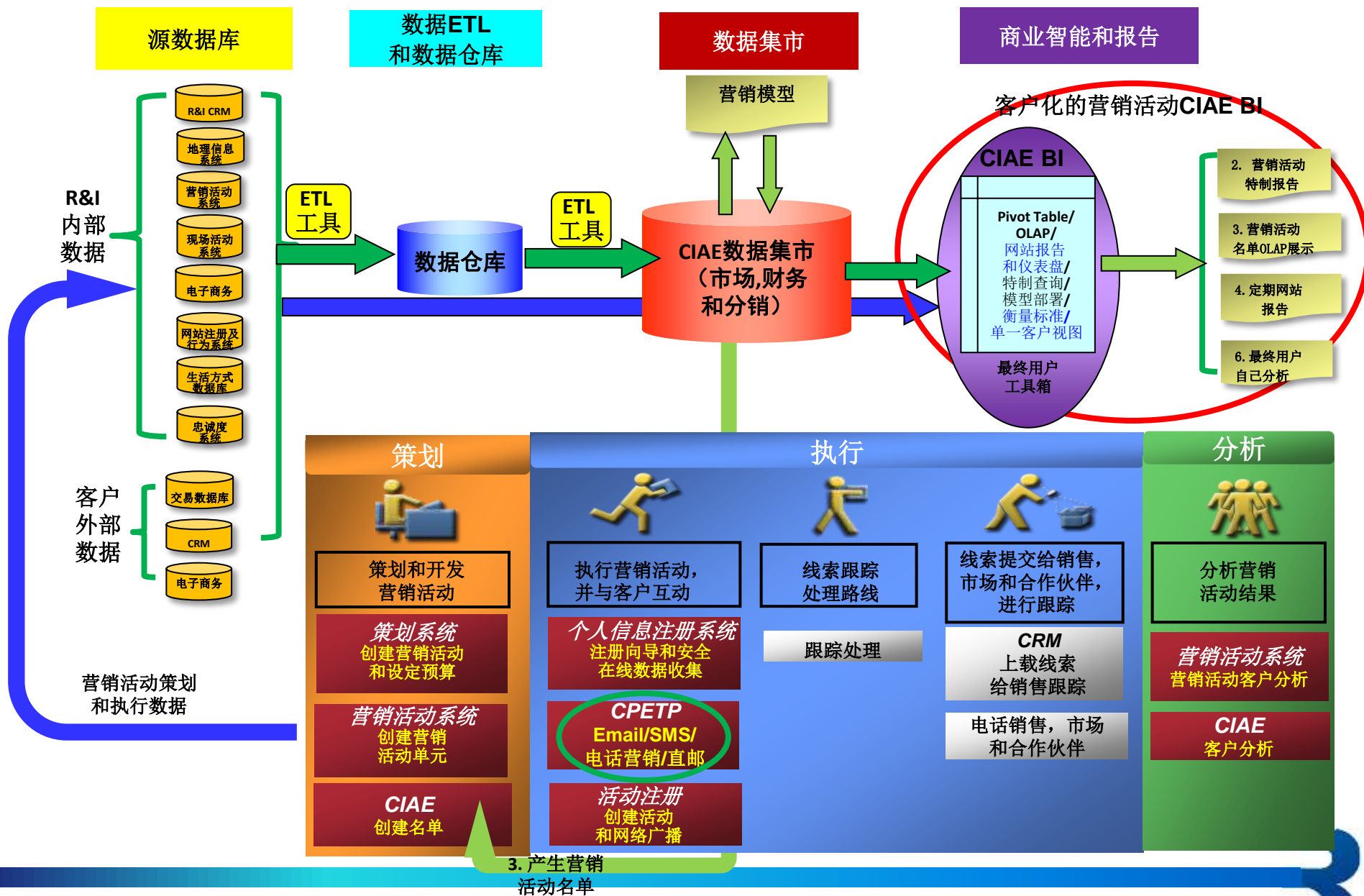
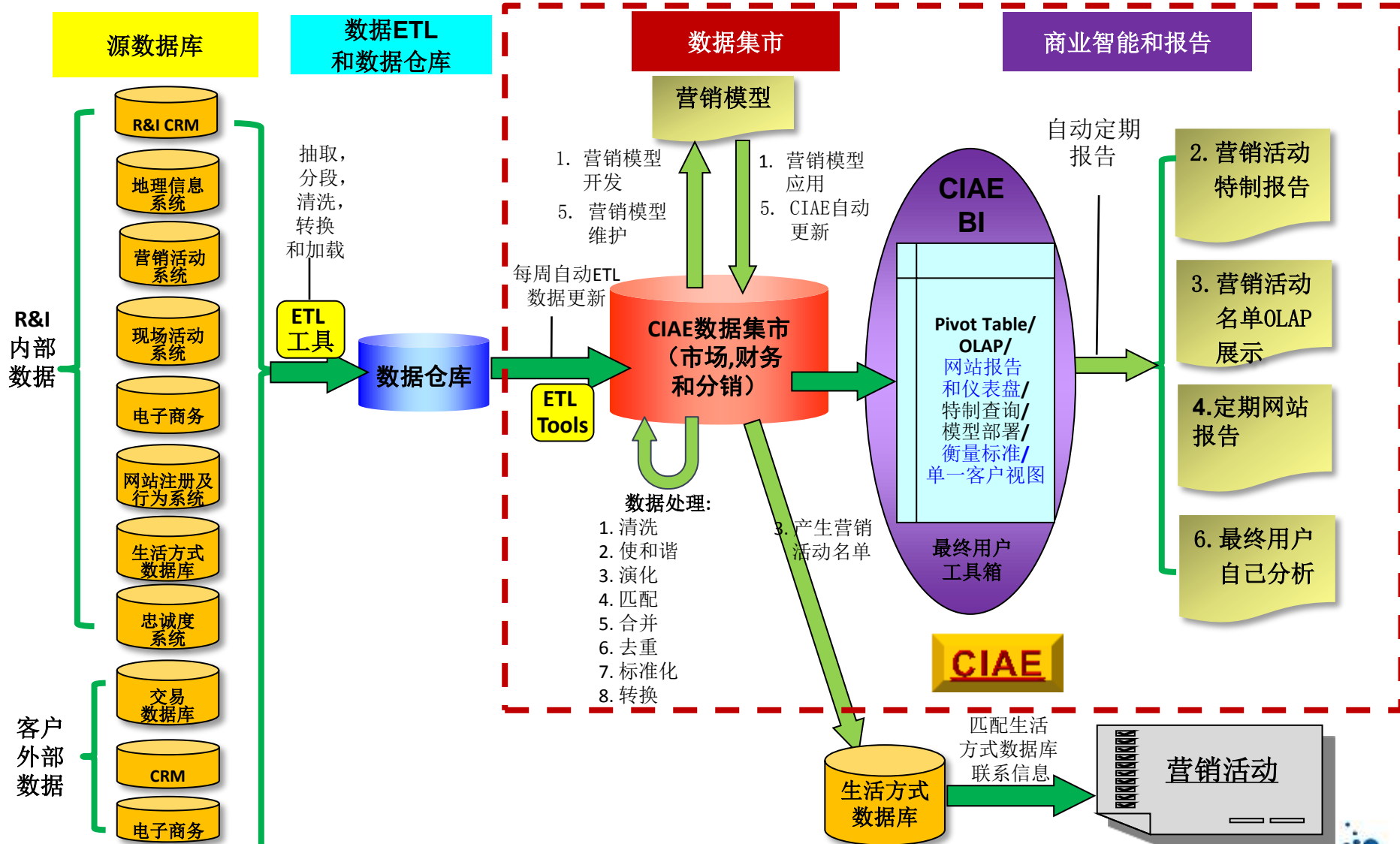


- ◆ 消费者洞察力分析平台 (CIAE)
- ◆ 营销活动策划执行监控平台 (CPETP)
- ◆ 数字营销平台 (DMP)
- ◆ 数据收集平台 (DCP)
- ◆ 忠诚度项目平台 (LPP)



客户洞察力平台 (CIAE) 与营销活动执行监控平台 (CPETP)协同工作





CIAE主要用途: 1.模型开发 2.营销活动特制报告 3.产生营销活动名单 4.定期网站报告 5.模型维护 6.最终用户自己分析

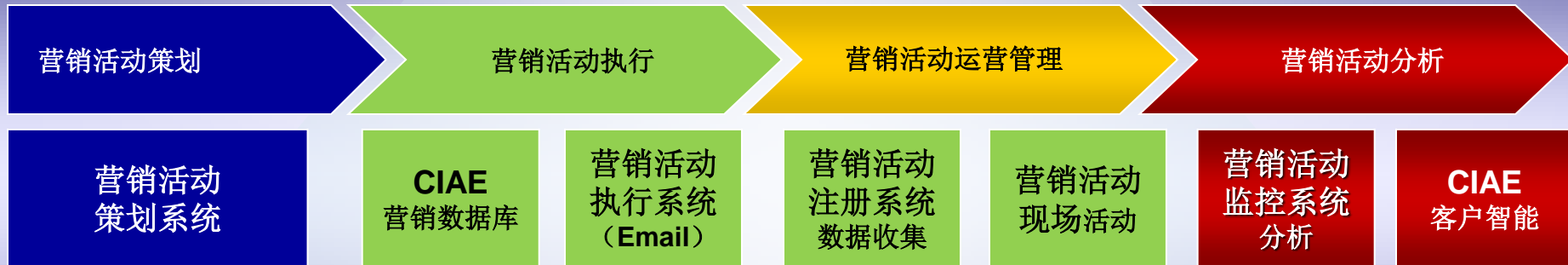
CIAE总览: 数据基础设施, 分析型体系结构框架, 最终用户工具箱。

营销活动执行监控平台可以让你策划，执行和分析每一个营销步骤

营销指标解决方案



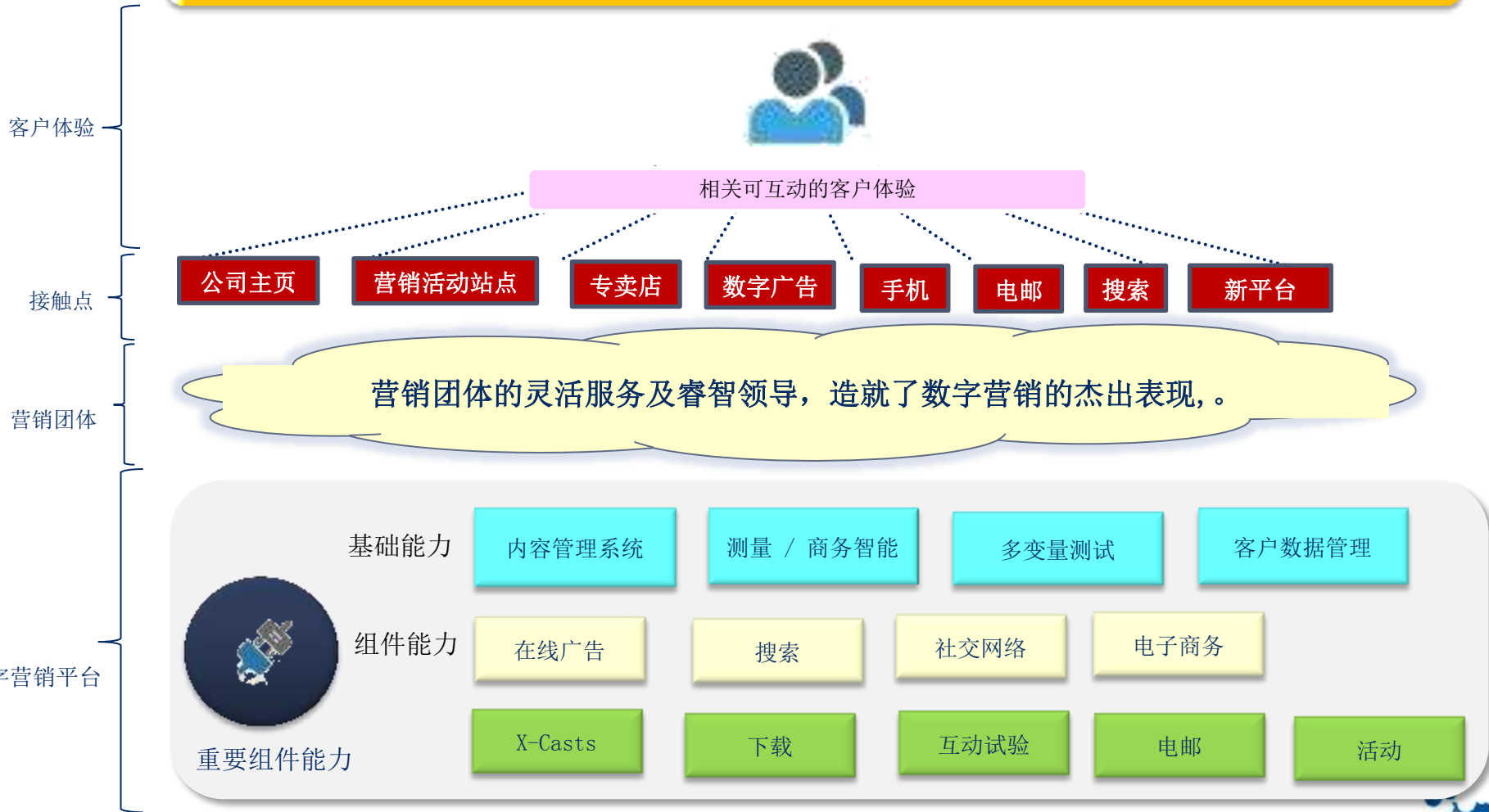
D 营销活动管理流程



报告

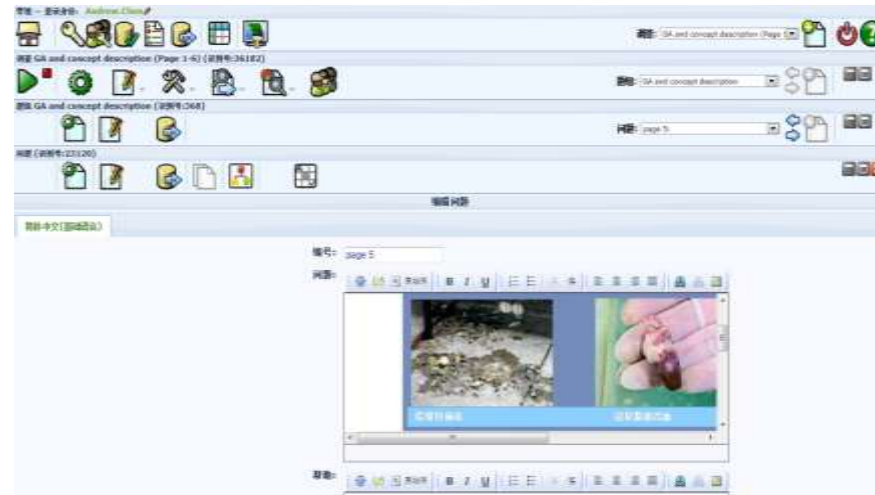
E 营销活动策划执行监控平台

目标：数字营销平台让营销团体，能创造出可测量的，强制的客户体验，增加客户的暴光，互动和交谈机会。



在线数据收集系统

- a) 根据调研目的灵活设计online 调查问卷
- b) 可选择20多个不同的问题类型
- c) 支持图片、表格、多选等多项内容
- d) 根据对前面问题的答案条件（跳过和分支逻辑）
- e) 评估调查和动态回复
- f) 可重复使用的答案/标签集
- g) 匿名和跟踪调查
- h) 配额—只接受限定数量的回复等
- i) 支持多种不同语言版本的前端和后端





无论是售前售中还是售后, 玫琳凯专业的美容顾问, 均会为顾客提供安全优质的指导与服务。其独创的“0-2-2-2”客户生命周期忠诚度管理, 为顾客提供贴心咨询和服务。

客户生命周期	玫琳凯忠诚度管理	改进方式
0 - 当天欢迎阶段	顾客购买产品的当天晚上, 美容顾问将进行及时的电话回访, 了解顾客的使用感受;	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 个性化EDM+呼叫中心表示欢迎, ➢ 客户点击链接到网站, 表达初步使用感受。
2 - 2天使用阶段	顾客使用产品2天后, 美容顾问将进一步询问顾客使用感受及肌肤是否有改善;	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 个性化EDM+呼叫中心询问改善程度, ➢ 客户点击链接到网站, 观看产品使用方法视频, 及检查应有效果。
2 - 2周见效阶段	顾客使用产品2周后, 美容顾问将进行面对面的拜访, 了解顾客改善程度, 并进行现场服务;	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 个性化EDM+呼叫中心询问改善程度, ➢ 客户点击链接到网站, 对改善程度打分。 ➢ 对分值高的, 呼叫中心安排口碑软文撰写。
2 - 2月续买阶段	2个月后, 美容顾问再次亲自拜访顾客, 做皮肤分析。	<ul style="list-style-type: none"> ➢ 个性化EDM+呼叫中心询问改善效果, ➢ 客户点击链接到网站, 观看有关口碑博文, 参与网上互动和促销活动。

