



SAS营销自动化

策划、测试和执行营销活动,提高营销活动绩效和营销投资回报。

SAS营销自动化可以做什么?

SAS营销自动化支持用户快速地创建、修改和执行市场营销活动。它为您提供了一种全新的方式,来快速地制定执行更多的营销方案,这种方式是自动化、可跟踪并易于复制的。用户可以定义目标细分市场、确定选择规则的优先次序、选择沟通渠道、分析营销活动结果,对营销方案进行调整以提高未来营销活动的绩效。

SAS营销自动化为什么重要?

借助SAS营销自动化,可以帮助您提高现有客户的保有率和新客户的获取率,所以它可以帮助企业获得更好的营销投资回报,实现更健康的业务发展。

SAS营销自动化为谁而设计?

SAS营销自动化提供了众多突出的功能,适用于营销部门中的各种用户。这些用户包括:负责制定客户沟通策略的营销人员、需要营销活动效果报告的高级管理人员、负责确定目标市场并实施营销活动的营销经理,以及负责模拟和预测客户行为的分析人员等。

概述

当今的客户喜欢使用计算机网络和移动电话,他们会花费更多的时间上网,而不是阅读杂志或观看电视。由于客户行为模式和需求发生了巨大的改变,直销和大规模市场营销之间的界限也已经不再象以往那么清晰。

无论您在市场营销活动中扮演什么角色,要想接触到客户,您就必须跟上他们的喜好——充分利用因特网,移动设备和社会媒体网站。您还要为每个目标客户制定个性化的信息、产品和服务,与客户进行互动交流来建立起他们对您的信心和忠诚。以上这些需求都需要营销自动化,利用客户智能,对跨渠道的,沟通互动进行优化,监测客户行为的改变,并做出及时响应。

SAS营销自动化是一个完备的解决方案,以全新的方式来策划、测试和执行市场营销活动,提高营销活动的绩效。该解决方案可以提高现有客户的保有率,帮您获得更多新客户,获得更好的营销投资回报,实现更健康的业务发展。SAS营销自动化,提供支持成功营销的所有功能:

- 全面的营销管理功能
- 无以伦比的客户分析,帮您锁定营销目标
- 数据整合功能,访问所有重要的客户数据
- 企业级商业智能平台,提供可靠的报表

主要优点

• **快速完成更多的营销活动。**利用SAS营销自动化的自动化、可跟踪和流程易于复制等功能,快速展开更多的市场营销活动。直观的图形界面,让您轻松完成目标细分市场的定义、确定选择规则的优先次序、选择沟通渠道、调度和执行营销活动、分析营销活动绩效等等——从简单的电子邮件营销到更复杂的营销活动。

• **取得更精准的目标锁定和更高的营销响应率。**SAS营销自动化提供了无与伦比的分析能力,能够基于客户的购买/响应倾向、消费潜力、购物篮分析、利润贡献度和信用评级等方面,为您提供深入洞察,更精准地进行客户细分和目标锁定。

• **关注最重要的客户。**利用对客户购买力和生命周期价值的洞察,SAS营销自动化帮助您关注那些最重要的客户,而不是将时间浪费在那些不会响应或无利可图的客户身上。

• **持续改善营销活动。**通过SAS营销自动化中的报表功能,您可以评估、跟踪和分析营销活动,从而可以深入理解活动的方方面面,让您能够及时做出调整,并对营销活动不断地进行改善。警报、评分卡和交互式报表等工具,让您各个层面的管理都可以洞察入微。

• **多渠道之间的协同。**在一个多渠道沟通的世界里,选择客户喜爱的方式与他们进行沟通是非常重要的。SAS营销自动化,让选择最适合的渠道和多渠道的协同变得简单易行。

解决方案概览

SAS营销自动化,为所有营销部门协调和实施基于分析的客户沟通活动,提供了无与伦比强大功能和灵活性。软件的直观界面,帮助市场营销人员完成所需的任务,以确保营销活动成功。

营销活动的策划、执行和管理

借助门户网站上的仪表盘,营销人员能够对所有营销活动进行单点管理与控制。每个营销活动都有一份任务清单,列举所需完成的全部任务,其中还包括审批步骤,需要相应负责人签字确认。此外,营销活动流程的每一步都以清晰简洁的方式显示,从而加速和简化了同步创建和管理多个营销活动的工作。

SAS营销自动化,包含了多种授权级别,让您分享和链接营销活动流程图。例如,首席隐私官,可以独立维护一份全局的禁止接触(do-not-contact)策略,这份策略可以自动更新并影响每个客户沟通活动。整个系统活动都会有日志记录,并向分析工具提供开放接口,便于开展审计和其它相关工作。只有SAS支持您进行分析式的审计,让您能够保证市场营销模型在现在和将来都符合法律法规的要求。

客户细分和特征刻画

SAS营销自动化提供了图形化的易于使用的选择工具,帮助您确定最合适的目标客户群

体。从图表,如反映趋势的柱状图中,做出可视化的选择,或者依据客户相关的数据变量做出更精细的选择。提供了强大的分析工具,支持高级的客户细分。

数据整合

为获得市场营销活动的成功,能访问客户的高质量数据非常重要。SAS软件提供了完备的数据整合能力,帮助您解决在管理客户数据时可能遇到的种种问题,从数据抽取、转换,加载(ETL)到数据质量等等。SAS还支持行业数据模型,用于部署企业级的市场营销解决方案。在SAS的数据存储中,支持星型模式、动态聚类表、虚拟表的并行加载,并可通过SAS数据整合工作室来进一步提高整合能力。

客户预测分析

依靠SAS软件所提供的客户预测分析的先进技术,您可以开发更智慧、更有放矢的营销活动,获得更高的响应率和投资回报。SAS营销自动化,提供了强大的聚类和细分市场能力,以及直接与SAS®企业级数据挖掘集成环境TM的整合能力,该软件也是数据挖掘的行业标准,从而为营销管理提供更坚实的分析智能。

可视化选取

通过可视化选取特性,您可以直接选择其它营销活动报告中的部分条形图所代表的客户群体。这就有效地形成了营销结果和

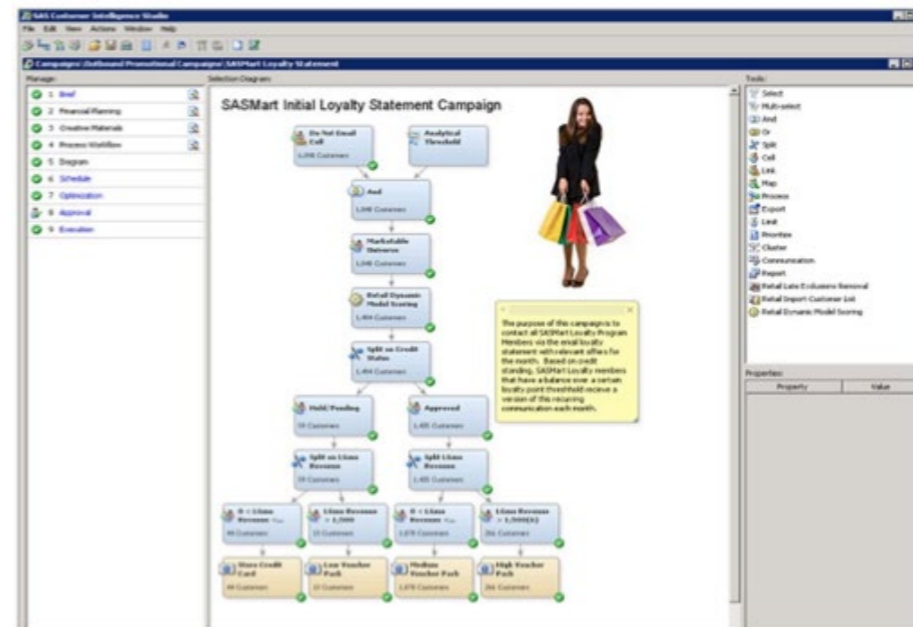
未来营销策划之间的闭环。举例来说,如果一个营销活动的报告图表表示了40至49岁之间的女性具有很高的响应率,您可以通过可视化选取特性,将这组女性客户添加到其它营销活动去。

营销活动的评估、报告和分析

只有SAS营销自动化软件,在一个解决方案中,真正将客户智能与商业智能整合在一起。由于SAS营销自动化是建立在SAS商业分析平台基础之上的,因此它能在您的组织内部人员之间,以任何所需的方式共享信息,比如通过Web报告、联机分析处理(OLAP)、e-mail提醒、甚至是在Microsoft Office软件中生成的SAS图表和报表。报告功能为您提供了全面的营销活动报告,以揭示活动的效果和投资回报情况,包括产品和活动的响应率、渠道效率、测试组与控制组的对比、客户群迁移和其它等方面。

优先次序的优化

当你为同一客户群体提供多个营销活动方案时,优先次序的优化可以改善利润或投资回报。用此项功能来确定哪些用户应该优先接收哪些营销活动。尽管不像基于数学理论的SAS营销优化解决方案那样准确,与无优化的客户选取相比,优先次序的优化仍然能带来明显的改善和提高,也是面向全面优化迈出的第一步。



SAS营销自动化支持用户使用直观的图形界面,创建简单或复杂的营销活动

满足更多营销需求的可扩展性

SAS营销自动化可以通过与其它SAS解决方案的整合,为营销部门提供更多的帮助。

- SAS营销优化采用具有专利的数学方法来优化营销活动。这样做的结果是,您可以在考虑资源和预算限制、以及客户响应倾向的情况下,最大化您的投资回报。SAS营销自动化和SAS营销优化的整合,让营销经理和营销分析人员间之间的交接可以自动化,并可以重复调度执行,无需人工干预。
- SAS数字化营销(SAS Digital Marketing)具有e-mail、SMS和RSS个性化定制功能,这些功能都是为了针对客户越来越偏爱数字化的营销活动而自然扩展的。
- SAS实时决策管理(SAS Real-Time Decision Manager),将SAS分析技术与商业逻辑和沟通策略相结合,可以利用客户互动渠道(如Web、呼叫中心和销售点等),提供实时的决策和推荐。
- SAS客户体验分析(Customer Experience Analytics),捕捉每个客户在企业网站上的每次互动,将其转化成以客户为中心的洞察,也可以集成其它渠道的视角,得出对客户更加完整的描述。这种方法使得企业能够更有效地理解客户,进行建模并展开营销活动。

系统管理和安全性

通过系统管理和安全性功能,营销人员能够管理企业内部的所有SAS解决方案,降低成本,提高生产力。您利用在这个环境中管理:

- 用户资料和安全访问,根据用户需要分组和授权。
- 企业元数据。
- 营销活动和营销流程调度。
- 服务器访问和可用性。
- 多数据源的数据整合。
- 审计和日志记录。

主要特点

友好的用户界面,包括三维的图表设计、增加注释、文本和图片等功能还便于访问的计划、选取和布局等工具。

客户细分、客户特征刻画和测试

- 在一个营销活动中,利用任何实体(例如:家庭、客户、账户、业务条线)中的点选列表和直方图,可视化地创建选择标准。
- 直接将来自报表和图形的选择纳入到营销活动中。
- 多选节点可以支持创建复杂的客户分群,同时也可以精简流程图。
- 利用百分比、计数和其他分析技术,创建测试组、控制组和其它分组。
- 创建定制化工具,扩展功能范围以满足客户特别的处理、细分、特征刻画和测试需求。

营销活动的策划、执行和管理

- 轻松创建、查看和编辑营销活动流程图,分享并重新利用营销活动方案及其组件
- 批准和自动提醒流程,用以确保在实施营销活动之前已获得签字确认。
- 响应外部事件,如电子邮件的点击、呼叫中心的反馈或事件触发。
- 可以在内部整合SAS数字化营销(SAS Digital Marketing),对个人电子邮件、SMS和RSS信息创建、发送和响应进行管理。
- 可以在内部整合SAS营销优化(SAS Marketing Optimization),确保在营销活动中最佳地分配资源,并且无须人工干预。
- 允许远程或分散各地的用户,通过Web用户界面,打开、检视和编辑营销活动方案和客户沟通,并发布营销活动报告。
- 查看营销活动相关资料,包括宣传册、插页、电子邮件、广告和其它文件。

营销活动的评估和分析

- 记录任何级别的联络历史(如客户、账户、家庭、业务条线)。
- 通过公共的报表数据模型,利用SAS客户智能解决方案,支持联络历史、响应历史和绩效分析。
- 快速浏览客户数据和特征刻画,确保数据质量。

先进的分析技术

- 使用拖拽式的聚类,支持先进的市场细分和分析。
- 使用拖拽式界面,注册和执行预测模型、导入模型、分析和宏(称为SAS存储过程)
- 创建定制化工具,扩展基本功能,支持先进的分析要求。
- 自动选择有统计显著性的样本大小,确保分组大小的有效控制。



SAS数字化营销可以做什么?

SAS数字化营销,在单渠道或多渠道营销活动中提供了大规模多媒体消息发送能力,包括e-mail、手机和Web(如RSS和pop-up)。SAS数字化营销是一个可扩展、安全可靠的综合解决方案。它包括市场细分、个性化消息、内容整合与托管、以及确保交付等功能。它还可以与SAS客户智能解决方案完全整合在一起,支持跨渠道营销,拓宽企业的营销管理需求。

SAS数字化营销为什么重要?

SAS数字化营销,帮助您实现以客户为中心、跨渠道的数字营销策略,与您的更广泛的市场营销策略配合工作,这样您就可以为每个营销消息创建关联的个性化的数字内容。此外,该解决方案让您能够跟踪与客户的每次沟通,让您在需要时能够快速修订您的沟通策略。

SAS数字化营销为谁而设计?

SAS数字化营销是专为需要通过数字化渠道进行客户沟通的B2C和B2B的营销活动管理人员、直销经理、e-mail和Web营销人员而设计,无论这些人员是否专注于特定渠道,还是需要多渠道的营销活动进行同步。SAS数字化营销可用于直销,互动式营销、社会化营销,服务沟通和销售支持等方面。



SAS 数字化营销

利用个性化多渠道的数字化内容,轻松地联系客户

概述

当营销活动的数字化趋势正持续不断地增长。一个整合的多渠道数字化营销策略,如果能够被很好地执行,将会让您受益匪浅:它能够提供给客户及时方便且相关的内容,降低营销成本,并易于评估营销绩效。但是,通过数字化渠道维护数千或数百万的客户关系,是一个非常巨大的挑战。

许多人会将类似垃圾邮件的营销信息删除,或者对那些没有明确指向他们的信息置之不理。所以,尽管数字化的消息发送成本低廉,但由于缺乏精确锁定的目标或沟通管理,给您带来的利润也非常微薄,并且可能对您的业务造成损害,或造成客户疏远并且侵蚀您的品牌等不良后果。为了成功开发一个整合的多渠道数字化营销策略,您必须:

- 针对不同的市场和客户,创建符合其个性特征的正确的营销信息。
- 通过正确的渠道,在正确的时间传送信息。
- 通过完善的报告功能,充分整合广泛的营销报告和分析功能,跟踪并改善营销效果。
- 采用能够整合其它CRM系统的解决方案,支持多个营销团队的协作,并能够根据数字化营销的规模,经济地进行扩展。

SAS数字化营销,可以提供高影响力的个性化多媒体信息沟通,例如e-mail、手机(SMS, MMS和WAP)和RSS等。同时,您还可以与其它呼入和呼出营销流程进行整合(如营销活动管理、呼入事件式营销、Web分析等)。

主要优点

提高生产力,降低运营成本

- SAS数字化营销让您快速地执行一体化的e-mail、手机和网络(RSS, Pop-Up)等营销活动。
- 基于网络的解决方案让您轻松地进行多渠道数字化传播。
 - 提供向导,帮助用户完成创建数字化内容的整个流程。
 - 数字化资产托管,为您所有的所有数字化渠道,轻松地分享、检索和部署内容。
 - 利用现有的硬件投资,高可扩展性,可以支持网格计算。
 - 可与广泛的SAS客户智能系列方案整合在一起,让跨渠道营销活动更有效地执行。

增强营销活动效率,提高投资回报率

SAS数字化营销,让您更加快捷有效地实施您的营销活动:

- 在所有数字化渠道中,保持营销内容和个性化的一致性。
- 避免相互矛盾的营销推荐。
- 准确跟踪并辨别由技术生成的响应和来自客户的响应,确保您的数字化营销结果与其它营销活动保持一致。
- 利用RSS技术,支持那些没有时间整理收件箱而想收听到您的信息的客户。

通过可靠的交付来提高效率

SAS数字化营销整合了许多主流的邮件发送代理,并且提供以下功能:

- 通过访问Spam Assassin的插件,支持垃圾邮件筛选和CAN-SPAM法案合规。
- 信息/域的设防功能,让您处于白名单和黑名单之外。
- 灵活的退订功能支持,让您设置一系列规则,防止那些想得到更多信息却无意中退订的客户流失,让您能够保有更长的客户名单。
- 简单易用的执行和调度功能。

实现更高的客户满意度

通过在您和您的客户之间提高信任度,解决方案帮助您建立更牢固且收益更大的客户关系。您能够通过以下几个方法提高客户体验:

- 尊重客户的喜好。
- 为每个客户选择最佳渠道。
- 只提供给客户他最想收到的信息。
- 在正确的时间提供最相关的信息。