

# 市场营销管理 Unica解决方案



## 方案背景：

新一代市场营销在渠道、流程和方法上发生了巨大的变化。

	传统的市场营销	新一代的市场营销
渠道	线下	线上、线下融合
	单一渠道	多渠道
	大规模媒体推广	定制化信息
流程	孤岛	一致性
	动机驱动	数据驱动
	静态的	动态的
方法	产品为中心	客户为中心
	公司的品牌	客户的品牌
	销售	服务

企业市场营销的业务目标是为了快速的市场响应能力、提升营销准确性、和以企业级营销替代单部门营销或单渠道营销，要求企业的市场营销具备如下的能力：

- 快速生成电子化营销方案
- 准确了解客户需求，推荐合适产品

- 了解客户使用习惯，改进营销感知
- 多渠道整合营销的执行能力
- 全面评估营销结果

为了达到如上的能力，对于市场营销管理平台需要具备8大类能力：

1. 支持多种模式的促销
2. 流程执行与数据分析的整合能力
3. 静态分析与动态分析的集成能力
4. 营销方案快速生成和在线执行能力
5. 多种渠道信息和流程整合能力
6. 客户行为探知和分析能力
7. 快速的营销渠道改进能力
8. 综合的营销评估能力

## 方案描述：

Unica ([www.unica.com](http://www.unica.com))是一家位于马萨诸塞州沃尔瑟姆市的上市公司，提供市场营销软件解决方案的市场领导者之一。IBM在2010年将其收购。它的加入将增强IBM帮助组织分析和预测客户偏好、开发精准营销活动的的能力。Unica的企业市场营销管理软件能够提供解决集成和优化线上和线下营销管理的各个方面：



通过Unica的软件解决方案，可以帮助客户提高市场营销的能力：

- 多批次，跨渠道的营销活动管理
- 大规模，跨渠道的集中决策
- 客户出发、事件驱动的组合营销
- 通过在线行为数据的分析，实现针对性营销
- 基于商业智能的客户行为预测
- 高度协同的营销活动运营，包括项目管理、预算管理、资产管理、和流程管理

**方案业务价值：**

- 通过分析客户流失的原因和个性化的客户保留营销活动降低客户流失率
- 减少推出新产品和服务的时间和资源
- 通过针对性的交叉营销和向上营销提升客户的ARPU值
- 通过客户分析，使营销活动能够面向高价值的潜在客户，减少客户获取成本



© 版权所有IBM Corporation 2012

IBM、IBM徽标、ibm.com是国际商业机器公司在美国和其他国家或地区的商标或注册商标。如果上述和其他IBM商标在本文中初次出现时带有商标符号(®或™)，则表示在此信息发布时，这些商标是IBM拥有的、在美国的注册商标或普通法商标。此类商标在其他国家/地区也可能是注册商标或普通法规定的商标。可在网络上获取IBM商标的最新列表，请查看[ibm.com/legal/copytrade.shtml](http://ibm.com/legal/copytrade.shtml)的“Copyright and trademark information”部分。未经IBM公司书面许可，不得以任何方式复制或传播本文档的任何部分。

到发布之日止，产品数据都进行了准确性审核。产品数据可能随时更改，恕不通知。关于IBM未来方向或打算的声明仅代表IBM的发展目标，如有变更，恕不另行通知。IBM“按原样”提供本出版物，不进行任何明示或暗示的保证，包括推销期间或出于某种目的而做出的任何暗示的保证。一些法律法规不允许在不预先通知的情况下在某些交易中表达或暗示质量免责声明。

本文档中针对IBM和非IBM产品及服务的性能数据是在特定的操作和环境条件下得出的。由任何该产品或服务的执行方获得的实际成果取决于大量特定于该方操作环境的因素并可能有很大差异。IBM不保证此类产品或服务的任何实现能够获得或包含此类成果。本文档中包含的有关第三方的任何材料基于从该方获得的信息，并没有独立验证信息的精确性。本文档不等于来自IBM对任何第三方产品或服务的明示或暗示的建议或认可。

客户应自行保证遵守法律法规要求。获取有能力的法律顾问关于确定和解释任何可能影响客户的业务的相关法律和法规要求，以及读者为遵守法律可能必须采取的任何措施的建议是客户自己的责任。IBM不提供法律建议，也不表示或保证其服务或产品将确保客户遵从任何法律或规定。



请回收利用