

《基于大数据的客户智能营销管理平台》

编制说明

随着客户营销工作要求不断提高，传统客户营销工作必将从名单制精准营销，扩展到场景式互动营销，再到基于跨界和多元场景的智能化营销阶段。营销工作涉及数据种类多样化、工作现场难监管的难题，随着大数据等高新技术的发展，营销系统综合管理水平的提升工作有了前所未有的契机。利用大数据技术，构建智能化、互动化的营销智能运营管控系统平台，既是适应客户需求变化趋势、推动新型服务模式拓展、提升客户服务体验的外在要求，也是适应和引领新常态，建设智能销售系统，实现产品、代理商和客户资源友好交互和相互协调的内生动力。

一、制订标准的意义和必要性

根据市场需求开发研发的基于大数据的客户智能营销管理平台是基于 PC 端的一套企业针对产品销售的产品、客户、代理商三方综合管理平台，通过此平台企业可以更细致化的管理和销售产品、更好的管理客户发掘客户潜在资源、更准确快速的预览销售统计数值以及方便会计每月计算每位销售人员的业绩提成。与基于内部数据和有限计算资源的传统营销模式相比，智能营销平台具有“线上、线下”、“内外部数据整合”、“多元场景接入”、“多渠道协同”、“多要素智能匹配”等诸多亮点。从业务层面来看，智能营销平台的特色功能包括六个方面：资源全面数据化，实现多维深度洞察；游客识别，潜客挖掘，实现服务流程前移；基于统一的客户服务体系，提供一致的客户体验；打开渠道通路，实现渠道协同营销；个性化推荐产品和服务，实现精准营销；个性化功能部署，

打造在线营销场景，实现智能化服务。

研究制定《基于大数据的客户智能营销管理平台》对进一步提高数据运营能力和客户服务能力，具有重要的意义。

二、标准技术内容

1. 范围

本文件规定了基于大数据的客户智能营销管理平台性能要求、功能要求、试验方法及检验规则。

本文件适用于企业针对产品销售的产品、客户、代理商三方综合管理平台。

2. 术语和定义

本文件没有需要界定的术语和定义。

3. 性能要求

本文件规定了基于大数据的客户智能营销管理平台的性能要求。

4. 功能要求

本文件规定了基于大数据的客户智能营销管理平台的功能要求。

5. 试验方法

本文件规定了基于大数据的客户智能营销管理平台的试验方法。

三、与现行法律、法规、标准的关系

该标准的内容符合《标准化法》等法律法规，符合安全性要求及有关强制性标准要求。引用文件现行有效，引用标准的标准号和标准名称如下：

GB/T 25000.51 系统与软件工程 系统与软件质量要求和评价(SQuaRE) 第51部分：就绪可用软件产品(RUSP)的质量要求和测试细则

GB/T 15532 计算机软件测试规范

四、贯彻标准要求

为使标准能更好的发挥技术指导作用，更好地服务经济建设，推动基于大数据的客户智能营销管理平台可持续健康发展，要求：一是做好《基于大数据的客户智能营销管理平台》标准的宣贯工作，进一步规范基于大数据的客户智能营销管理平台。二是对《基于大数据的客户智能营销管理平台》标准执行情况进行跟踪调查，及时发现标准执行中的问题，不断修改完善，提高标准的科学性、合理性和实用性。

五、采用国际标准和国外先进标准的程度

本标准为首自主制定，不涉及国际国外标准采标情况。

六、与有关的现行法律、法规和强制性国家标准的关系

本标准符合国家现行法律、法规、规章和强制性国家标准的要求。

七、重大分歧意见的处理经过和依据

本标准在制定过程中未出现重大分歧意见。

八、废止现行有关标准的建议

本标准不涉及对现行标准的废止。

九、其他应予说明的事项

无。