

# 中国四大国有银行之一开展基于客户、产品、渠道的大数据挖掘和智能应用项目，深入推进大零售战略

中国的一家国有银行为实现大零售战略，希望进一步优化客户服务流程、提升营销效率、改善客户体验。他们采用大数据分析技术，开展了基于客户、产品、渠道的大数据挖掘和智能应用项目。

他们将传统的统计模型和数据挖掘模型与机器学习的先进算法相结合，建立了基于客户行为、产品响应和渠道匹配等模型的营销策略。并设计了针对全量客户，更加精细化的建模方案。最后，建立了一个辅助财富顾问为客户提供资产配置建议的模型（digital advisor），更符合中国财富人群的特点。

### 成果:

该项目帮助银行进一步深入推进了大零售战略

该项目使客户管理、交易预测和产品营销渠道实现了更好的匹配

该项目有力支撑了客户满意最大化、产品价值最大化、应用效果最优化

