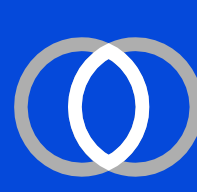


让数据成为战略优势的十大方法



毫无疑问，数据是当今商业领域中的一大热门话题。在围绕理解绩效、预测未来成果等问题的讨论中，数据都是核心。如果没有数据，就只能依靠本能或直觉来做出决定。这有时候可能行得通，但是，明明可以利用数据来自信地做出决策，那么为什么要冒那样的风险呢？

从销售和市场营销到人力资源和运营，拥有正确的数据能够让您更快地做出战略决策。数据可以带来您所需要的力量，让企业在竞争中赢得优势。谁会不喜欢竞争优势呢。

让我们来看看让数据成为企业战略优势的十大方法。



1. 增加销售和发现未来商机

销售数据可以显示客户在什么时间购买了什么产品。商家能据此更准确地预测未来销售活动。客户关系管理 (CRM)、网站、营销和社交媒体数据也揭示了很多信息。了解客户的年龄段、性别、平均收入、家庭规模和互联网使用情况等，可以让企业根据目标人群做出更具战略性的决策。

这些都是显而易见的好处，但数据的强大力量远不止于此。数据提供了一个视图，人们可以从了解出要销售多少产品以及销售时机，这样就可以更有效地管理时间。因为这些信息经过优先级划分处理，所以人们不必在其上浪费更多时间，工作效率由此得到提升。您可以了解到客户所购买的产品和购买时间，然后利用这些数据预测他们何时会回购。此外，这些细节可以帮助确定是否适合向客户推荐互补产品，以制造交叉销售机会。利用数据，销售主管们可以回归高价值任务，并将注意力集中在客户身上。



2. 超越竞争对手

数据让企业能够更好地了解客户的需求，这可以让企业以更具战略性的方式定位自己的产品或服务，超越竞争对手。例如，数据可以帮助您确定客户希望未来产品具备哪些特性。有了这样的洞察，就能确保满足客户的需求。

另外，从数据中还可以深入了解到哪些人访问了您的网站，营销活动的效果如何，以及产品受众的情况。您可以锁定谁在写有关您的产品的评论，谁在讨论您的产品，谁在购买竞争对手产品，或者谁放弃了您的品牌而选择另一种产品。有了正确的数据，为客户营造个性化体验就更容易了。



3. 改进或增强产品和服务

当客户对特定的产品和服务做出反应时，他们就会创造可访问的、有用的数据。批评和赞扬等都能让您更好地了解客户的需求，以及潜在客户的期望。评论和其他社交媒体数据、产品退货、电子邮件数据（如打开率、点击率、转换数据或交付数据）都有助于企业形成全面的认识。您可以将这些洞察应用到业务运营当中，并重复有效的策略、实践和增强措施，或者将您的发现应用到其他业务领域。

如果您需要彻底检查或改进产品线、服务或策略，数据可以帮助设置阈值，当客户响应更改时，这些阈值将发出相应的通知。这可以让企业在努力超越客户期待的过程中，避免走错方向。



4. 开拓新市场

在没有数据的情况下，很难决定在哪里开拓新市场。人口统计数据可以让我们了解活跃在成熟市场或新市场中的客户的年龄层次。性别、平均收入、家庭规模、互联网使用和其他标志性因素也很有用。网站数据和指标可以告诉我们访问者的位置、语言、搜索关键字和参考网站。还可以了解更直接的互动情况，如谁在询问、购买和浏览产品。

同时，网站、博客、产品和服务评论，再加上广告和社交媒体趋势，可以提供可观的新兴市场数据。

企业可以利用这类信息为市场拓展计划做准备。此外，关于客户群、付款和产品交付的数据对制定拓展计划也很有帮助。企业可以利用这些数据来瞄准完美市场，进行业务扩展。在实施扩展后，可以通过研究数据来了解执行情况，并确定未来是否、何时、在何地继续进行扩展。

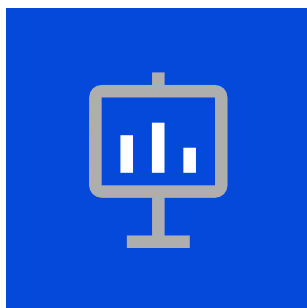


5. 吸引、赢得和留住更多客户

为了吸引、赢得和留住更多的客户，企业要知道哪种策略有效（或无效），这很重要。没有数据，了解就无从谈起。如果不知道潜在客户的喜好和习惯，就很难为目标群体提供正确的信息。数据可以告诉企业他们为增加客户和提升客户忠诚度所做的工作是否有效。

例如，忠诚度计划的数据可以显示出客户喜欢什么产品，他们在寻求怎样的交易，他们愿意花多少钱，以及他们如何使用所提供的福利。有了这些信息，就有可能利用有效的服务赢得新客户。数据还支持企业创新和测试产品与服务。

随着时间的推移，企业从交易、调研和可控的营销资产中收集到的其他客户数据可以用于细分市场。如果想要接触到不同的受众，客户年龄、收入、生活环境、家庭购买习惯、特定商品的平均支出、工作职位和其他信息都是有用的。



6. 改善运营

数据能够提供有关运营和流程的每个阶段的洞察，让企业能够更轻松地了解劣势或错误。数据可以帮助运营部门根据过去的运营中断和贯穿始终的问题来预测多种情况，从最佳结果到最坏情况。运营部门可以使用数据进行回溯，确定是什么阻碍了运营和流程的正常进行，从而消除流程中猜测所带来的疑问和不确定性。

不仅如此，企业若将数据整合到运营过程中，就可以更平稳地运转。例如，数据可以帮助识别制造过程中的故障。它可以用来确保货物运送路线是否最有效、最高效。数据关系、模式和趋势可以向您展示如何更有效地控制库存和分配。数据还可以向您展示应该采取什么行动，甚至优化您的计划以提高运营效率。



7. 招募、雇用和培养人才

企业的成败取决于员工。数据可以在确保聘用和培养最优秀的人才方面发挥关键作用。人力资源部门收集的数据可以帮助确定哪些求职者是最合适的，节省时间并提升业务潜力。与员工绩效相关的数据可以用来确定奖金和加薪——这两者都是保持高昂的士气和激励员工工作热情的必要因素。

数据甚至可以在衡量人才招聘和留用措施的有效性方面发挥关键作用，这意味着您可以限制人员流动，保持团队凝聚力。对于那些希望培养发展现有人才的企业（也就是所有企业），数据可以用来衡量正在进行的培训项目，以确保员工不断成长，始终走在新兴趋势和技术的前沿。



8. 加快规划、预算编制和预测

如果您在金融领域工作，可能知道数据对于长期和短期规划的重要性。然而，您所能获得的洞察并不仅仅来自财务数据。您可能没有意识到的是，运营数据（来自企业内部和外部）可以改进和增强规划、预算编制和预测的过程。

大量以及多种非财务数据可以成为推动未来业绩的信息宝库。非财务数据包括关于供应链问题、人力资源趋势、产品质量问题甚至天气的信息。例如，在销售数据反映出高需求之前，公司网站的浏览指标就可以显示出特定商品的受欢迎程度。如果能够获得并有效使用这类信息，那么这对于预测者来说就是无价的。



9. 保护品牌

有时，企业的声誉会受到打击。在这些情况下，社交媒体工具可以用来监控和查看围绕该话题的趋势。但好消息是，社交媒体数据也可以用来保护和/或重塑品牌声誉。博客和社交网络生成的数据可以帮助您识别不满意的客户，阻止他们的消极观点病毒式传播。此外，这些数据可以帮助您更好地衡量消费者的情绪，在问题产品或服务成为影响销售的大问题之前，就把它剔除出去。



10. 确定需要改进的领域

每个业务单元以及整个企业中都有无限的改进空间和机会。数据可以帮助您识别不能提供最佳业务结果的策略、产品、服务和其他产品。例如，您的企业可能已经习惯于为流程编制预算或每年进行一次采购，而其成本不会受到质疑。但可能有办法降低甚至消除这种成本。检查各个方面的数据可以精确地找出存在浪费或低效问题的环节，并确定应该把资金用在哪些方面。

数据还可以帮助使用关键性能指标 (KPI) 来改进业务的不同方面。例如，哪些指标需要每日监控、每周回顾或每月分析？哪些 KPI 要求得到全面、即时的关注，哪些只需稍加调整？

您收集的数据可以帮助您对这些指标进行分类和排序，将它们与不需要持续监控的指标分开。

利用数据的力量

如果拥有正确的工具和解决方案，您就可以利用数据开展很多工作。数据的位置、访问位置以及如何保护数据对于公司内部的许多团队非常重要 — 这都依赖于您的[数据存储解决方案](#)。

利用数据的第一步是与 IT 部门主管进行交谈（或者，如果您在 IT 部门工作，请阅读下面的内容）。为了便于对话，您可以与之分享您在本文中了解到的信息，并向他们提供下面列出的一些技术文献。

现在许多研究公司都提供关于各种数据主题的分析和洞察，可以帮助贵企业找到正确的数据存储合作伙伴。与您的 IT 团队分享这些相关报告，帮助他们快速启动相关工作：

- [2018 年 Gartner 固态阵列魔力象限](#)
- [2018 年 Gartner 分布式文件系统和对象存储魔力象限](#)
- [2018 年 Gartner 通用磁盘阵列魔力象限](#)

要深入了解数据之旅，请访问 IBM.com/storage。

© Copyright IBM Corporation 2018

IBM Business Analytics
IBM Corporation
New Orchard Road Armonk, NY 10504

美国出品 2018 年 11 月

IBM、IBM 徽标、ibm.com、IBM Cognos Analytics、IBM Planning Analytics 和 IBM Watson Analytics 是 International Business Machines Corp. 在全球许多司法管辖区域的商标或注册商标。其他产品和服务名称可能是 IBM 或其他公司的商标。Web 站点 ibm.com/legal/copytrade.shtml 上的“Copyright and trademark information”部分中包含了 IBM 商标的最新列表。

本档为自最初公布日期起的最新版本，IBM 可能会随时对其进行更改。IBM 并不一定在开展业务的所有国家或地区提供所有这些产品或服务。

本文引用的客户示例仅用于说明目的。实际性能结果可能会因具体配置和操作条件而有所不同。

本文档内的信息“按现状”提供，不附有任何种类的（无论是明示的还是默示的）保证，包括不附有关于适销性、适用于某种特定用途的任何保证以及非侵权的任何保证或条件。IBM 产品根据其提供时所依据的协议的条款和条件获得保证。