

## 茹威：数据库营销方兴未艾

茹威简介：

Acxiom 中国公司 CEO。主要负责 Acxiom 新产品和服务的设计、开发。帮助客户形成市场策略，提供解决方案，为很多世界财富 500 强的企业在中国的消费者管理策略方面提供了战略性的建议，并使这些企业能够达到可评估的业绩。

前瞻观点：

现在中国的数据库营销状况如同美国 70 年代，相对于广告的“广而告之”和单向传播的不确定性，更多的企业希望实现针对性营销并了解消费者的反馈。

现在中国的数据库营销状况如同美国 70 年代，正处在快速发展期。Acxiom 就是顺应美国商业环境，在 70 年代迅速发展壮大起来，并成为全球收入最高的数据处理公司之一。庞大的数据每年为 Acxiom 赢得了高达 13 亿美元的收入。

Acxiom 宣布新的公司口号为：“我们用信息创造价值”。客户信息是公司拥有的最重要资产之一。然而，没有高准确性的数据，公司通过分析和沟通也不能完全掌握客户关系。公司在营销时经常遇到令人头疼的状况：公司通过电话、邮件、调查问卷等渠道收集到的客户信息，往往是不完整的、重复的。

Acxiom 就负责将这些复杂的数据分析整合成单一完整的有效信息，帮助公司更准确地获知目标消费者信息，达到一对一的互动营销效果，杜绝公司重复营销造成的浪费。Acxiom 是企业信息管理解决方案提供商。客户数据是企业建立业务的基础，Acxiom 提供了最独特的全球领先的客户数据管理解决方案。

相对于广告的“广而告之”和单向传播的不确定性，更多的公司希望实现针对性营销并了解消费者的反馈，这就是数据库营销的价值所在。其实，中国市场上并不乏类似功能的 CRM 应用软件（客户关系管理），而 Acxiom 的砝码是为客户提供更高质量的数据和更完善的服务。

Acxiom 中国的发展与他们独特的整合中国数据的能力发展同步。6 年来 Acxiom 中国已经成为行业领导者，并将继续发展。Acxiom 集合了国际专家和本土技术为国内和国际品牌提供最好的服务，为 100 多家品牌服务，例如诺基亚、固特异、Esprit、尼桑、家乐福、欧莱雅、Chanel、佰草集、戴尔、微软、联合国儿童基金会和友邦保险等。

Acxiom 帮助以上这些品牌提高数据质量，执行数据库营销活动，让市场营销者从电脑就能自己即刻识别和联系有价值的客户，发布一对一的市场营销活动并评估活动的结果，这能帮助品牌得到最大化的客户反馈和投资回报率，并减少营销成本，提高客户忠诚度和促进销售收入。

Acxiom 在中国于 2000 年成立了直复营销协会（DMA），中国直复营销协会旨在为中国的直复营销行业的和谐发展作出贡献，并增加客户、服务提供商和其他第三方公司对直复营销行业知识的了解。

6 年来，Acxiom 中国已成功实施了多个执行方案，并为 20 个品牌管理超过 5 千万的客户数据库。我们服务的客户包括从数据量很小到拥有上百万客户数据都有。

Acxiom 全球管理的最大数据库有 55TB（1TB 相当于 1000 本大百科全书）。以 Esprit 为例，我们目前管理着他们 6 个国家和地区的零售业务的客户数据。

Acxiom 已在上海建立一个世界级的数据中心，确保我们给客户最好的服务和最高的数据安全性。2007 年希望能够为客户带来更完善的服务。