

再谈数据库营销

曾在全球品牌网发表的《数据库营销》一文中，我们谈到了数据库对于企业是多么的重要，很多企业也是多么的重视数据库。诚然，这些都是事实。可最终企业那数据库来做什么了，他们又是如何做的呢？

数据库营销最早出现在金融、保险领域，现在他们已经驾轻就熟，把数据库营销施展得淋漓尽致。据我分析，数据库营销容易出现并应用于“观念营销”里面。

那么什么是观念营销呢？

观念营销指的是企业销售的不是具体的物理产品而是某种观念。当然我们现在谈到产品的范围很广。不如说服务是产品，思想是产品，甚至说某类感情都成了产品。但是在上个世纪 90 年代之前，产品的概念没有这么广。人们谈到产品大多指物理产品，因为那个时候是卖方市场，物资紧缺。但是到了 80 年代后期特别是进入 21 世纪以后，卖方市场逐渐转化为买方市场。伴随社会产品的极大丰富，产品的概念也丰满起来。观念营销也逐渐被人们所接受。

那么为什么称呼他们为观念营销呢？这里的观念营销不是目前所流行的观念营销，至于其中的区别与联系有兴趣的朋友倒是可以探讨，这里我们暂不讨论。比如说保险，他卖给你什么了？你能消费吗？它甚至比服务更抽象，比想法更模糊，甚至很多情况你根本消费不了甚至自己也不愿意消费。他卖给你的是一种观念，一种安全保障感，其实说是观念营销不如说是“感觉营销”更贴切。当然随着行业的发展，人们认识的提高，更多的险种也随之出现，有的更模糊，有些则更具体，人们也越来越容易接受。而这些都源于数据库营销。伴随企业竞争重点从产品竞争的转移或升级，数据库营销就越来越受青睐。

目前很多企业筹划的是潜在市场，而数据库营销则是筹划现有市场与潜在市场的并集，着重筹划现有市场，现有市场就是消费过企业产品的市场。

那企业是如何筹划的呢？

谈数据库营销就不得不谈 CRM (Customer relationship management)，翻译过来就是客户关系管理或者是客户关系运营。

那么 CRM 倒是是什么呢？有人说它是一个系统，有人说它是一项技术，更有人说它是一种理念，一项策略。我比较同意金字塔说，也就是说 CRM 是一个三层结构的金字塔。最上一层是 CRM 的经营理念 and 战略，中间层是客户与销售管理及企业门户的工具，最低层是与企业信息化集成的数据仓库、流程管理、自动化办公和数据挖掘等系统。它的三层结构，可以分别解决企业的战略发展、市场定位、客户维系和内部资源调度等诸多企业内部与外部的协调问题。

既然 CRM 这么好，那么如何才能利用它呢？

首先必须树立“顾客为中心”的观念。这里的顾客是大顾客概念，他包括现有顾客，潜在顾客甚至包括一部分公众（员工、经销商、供应商等）。目前很多企业都在说以顾客为中心，但是落到实处的少，退货麻烦，维修拖沓，服务质量就更别提了。对公众更是不负责任。当然我说的是个别企业。这点很容易理解，不过多着墨。

第二层指的是工具，工具即硬件，是目前一切技术的“集大成者”。从“前端”来看，市场

与客户信息的收集，就直接用到 CTI (Computer Telephony Integration)，这涉及到心理学、经济学、管理学、预测学和互联网技术了；从“中端”的管理界面上看，所有编程方法都是不可缺的；从后台的运行上看，所有的企业活动几乎都参与了，数学分析与商业逻辑、电子协同、流程控制、经营预警、数据挖掘与决策过程生成等。一个好的 CRM 系统，是信息技术的“皇冠”。由于 CRM 面向企业的生存环境，所以它又不是一劳永逸的。这要求企业的 CRM 应是开放的、可伸缩的、可扩展的、可修改的、有行业特性的、可升级与任何系统兼容的。

第三层则是具体操作环节。操作 CRM 的不是某一个人而应该是一个团队，上到总经理下到促销员的整个运营团队。但每个部件既各司其职又相互配合。任何一个环节出现错误都会影响其他环节。比如说信息采集不准确，那下面的工作就没办法开展，或者对消费者的消费情况录入发生偏差，那对后来的服务重点就会发生偏离。或是领到服务理念贯彻不到位，就会影响到员工的服务态度等等。

但是由于建立 CRM 的成本很高，而且需要不断的改进更新，对从业人员的要求又很高，很多企业的重点又在产品上，所以很多工作都外包给社会上的呼叫中心了，当然核心工作都由自己来完成，尤其是有些涉及机密性很高的资料，企业最好自己来完成或者租用呼叫中心的物理座席，使用自己的人员和交换机等以防重要资料外泄。当然如果是非核心技术就可以放心的交给呼叫中心，因为他们专门从事此项工作，经验要丰富的多，做事的效率和成功率也高的多。

所以说数据库营销不象现在企业运作的那样简单，以为有了数据就是数据库。随便招几个人装几部电话就可以进行数据库营销了。实际上数据库营销是一个动态地过程，包括对硬件的更新升级，对数据的跟踪整理细分甚至核实清洗，对营销脚本的设计应用，对员工的不断培训等。手段也不仅仅局限于电话，还有传真、e-mail、视频、DM 等。因为是数据库营销，所以营销过程大多是运用数据或是报表来说话的，这就保持了工作的高效和严谨。

建议想采用数据库营销的企业到专业的呼叫中心参观学习，对企业的触动和帮助一定会很大。

数据库营销作为更精准有效的营销模式，是集服务理念、先进技术、严谨流程、敬业人员等为一体的系统营销模式。首先从转变观念开始。