

数据库营销

打开你的钱包，数一数有多少张card。如果估计不错的话应该至少有7张，3张银行卡，1张信用卡，3张所谓的会员卡。这还是保守估计，所以称现代人为吃卡族。当你正在为拥有无数代表身份的card兴奋不已时，其实你的资料已经被泄露了！而且你的这些个人信息实在没有丝毫戒备的情况下自愿泄露出去的，甚至你的家庭住址和家庭电话。

你卡片的数量代表了你被录入数据库的最低次数，如果你的数据被出卖的话还可能更多。为什么商家如此热衷收集数据而消费者对此也是乐此不疲呢？

商家

收集数据，建立自己的数据库。“完成向消费者的第一次销售，只是销售工作的开始”，这就是商家建立数据库的原因。很简单也很深刻。那么数据库到底能给商家带来什么呢？

1、大量忠实的顾客。给消费者发个card，配以相应的优惠政策，这样就可以把消费者牢牢地拴住，让顾客产生归属感。比如说物美、亿客隆、华联甚至各大银行，对会员都回有相应的促销政策，会员价、积分、比一般消费者更优质的服务。我们必须承认，中国的消费者是爱占小便宜的，只要施以小恩小惠，消费者一定会主动的到发放会员卡的厂家消费的，哪怕是多走几步路，多花点时间。

2、挖掘潜在顾客。现在的消费者很少有个人消费的，他们大多喜欢邀上几个好友或是邻里，这样就会以滚雪球的方式将会员基数增多，每个顾客可以带来的潜在顾客都有几十甚至几百个。这就是一张卡片所带来的巨大顾客群。这将意味着更高的效益。

3、刺激消费。会员的积分或是分级会让消费者努力向更高一级的级别发展，有时为了凑足几分或是快速升级到更高一级的会员，消费者不惜购买暂时不需要的商品。从而扩大消费者的单次购买量，为商家带来更大的收益。

4、节约成本，增强促销活动针对性。细致的商家对消费者每次购买的产品都是由详细记录的。根据大多数会员购买产品的种类、价格、消费额度等元素，商家会适时的推出相应的促销政策，然后根据会员的个人资料或联系方式把促销信息准确无误地传达给会员。这种针对性很强的信息传达方式不仅可以确保所与会员都能收到商家所发出的促销信息，而且可以避免大规模无效宣传所到来的资金浪费。这也是小众传播越来越受商家青睐的原因了。而商家组织的促销政策也是很有针对性地，从而提升商家的营业额。

5、为个性化服务提供依据。商家面对的消费者是多样的也是存在很大差异的，如果搞一刀切，提供相同的服务必定不能满足不同消费者的需求。所以商家就要把消费者细分，根据消费者的不同特点提供多样化的服务，比如给重大客户过生日时送上一束花或是一份生日礼物，为居住集中的顾客提供送货服务等。

6、提升公司的知名度与美誉度。针对数据库成员作出的一系列服务可以有效地提高公司的知名度与美誉度，进而提升公司形象。

应该指出的是，建立数据库不能流于形式，而必须时刻对数据库进行分类、动态分析、配套服务设施等软硬件的大力配合才能有效的发挥数据库的作用从而展开数据库营销工作。建立或是租用客户联络中心已成为商家进行数据库营销的首选。

消费者

1、card 让我产生归属感。有了某商场给我发的会员卡我就不愿意去别的商场了。我感觉我与商场成了自己人。

2、card 给我带来的更多的优惠。我的卡大多是积分的，有的可以根据积分兑换商品，有的可以根据积分享受更多的折扣，有的凭借会员卡还可以享受商家给我带来的免费送货……总之，我愿意享受会员卡给我带来的与众不同的消费体验。

3、卡会给我带来意外惊喜。有一次我过生日居然收到了商家给我送来的生日蛋糕，这可是我万万没有想到的。其实并不在乎这点小礼物，但是当时给我带来的惊喜可真是太意外了。从此我爱上了这个商家。

4、能收到很多促销信息。我想很多促销短信也应该是这些卡片给我带来的。这已经成为我生活的一部分了。

我喜欢卡，它给我带来的与众不同的购物和享受服务的体验。

这就使利用数据库营销带来的双赢，使商家的营销更有针对性，使消费者的消费更加备受关怀。数据库营销将是未来间内营销手段的主流。