

2016商业服务生态峰会
2016 COMMERCE SERVICES ECO SUMMIT

阿里大数据洞悉消费商机 御膳房驱动企业智慧升级

冰夷
商家事业部 总监

趋势：大数据市场正当时

2016商业服务生态峰会
2016 COMMERCE SERVICES ECO SUMMIT

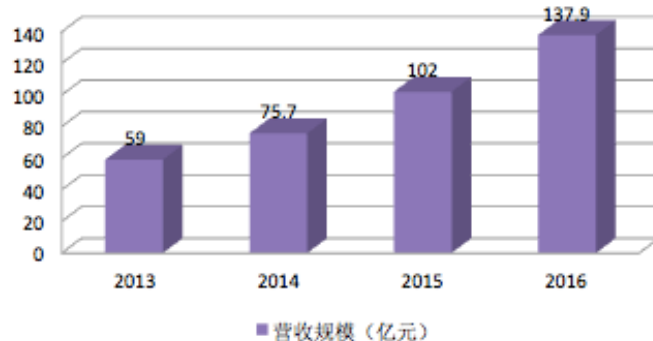
企业数字化转型
数据类营销

137.9亿

商业用户
和消费者
(分析层和应用层)



2013-2016大数据市场规模



服务商的市场机会在哪里？

2016商业服务生态峰会
2016 COMMERCE SERVICES ECO SUMMIT



BESTSELLER®

P&G 茵曼

PHILIPS

Joyoung 九阳

A.O.SMITH
史密斯

产品创新、迭代方向在哪

消费者如何看待我的产品/新品

我的营销策略如何设置

我的目标消费者是谁，他们长啥样

如何更精准找到我的潜在客户

御膳房-为客户提供安全的云数据中心

2016商业服务生态峰会
2016 COMMERCE SERVICES ECO SUMMIT

用户角色

提供的能力

简单产品截图

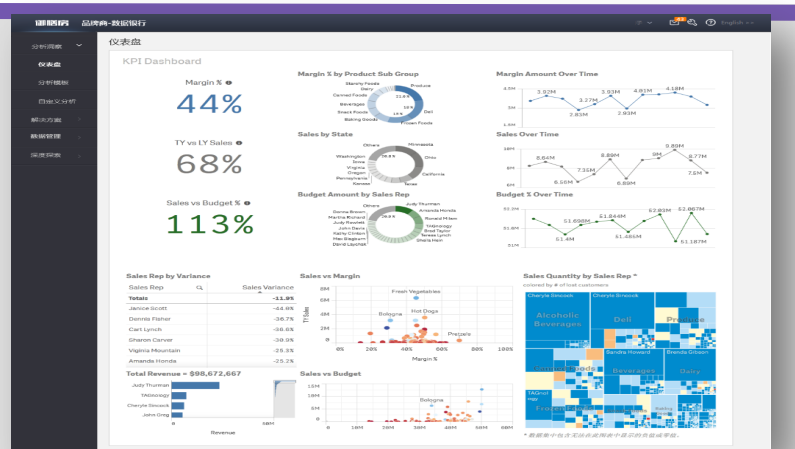


智库

业务人员

产品部
营销部
市场研究部

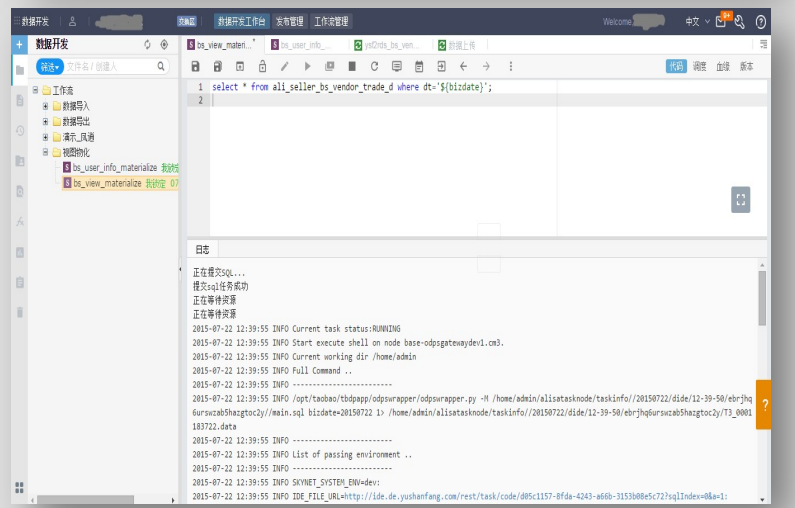
- 强大的交互式数据分析平台，品牌商可以结合专业知识进行分析探索
- 对接阿里各业务通道，驱动运营
- 反馈效果进行分析验证和优化



开发人员

IT部
数据科学
三方服务商

- 深度数据开发和挖掘的能力
- 输出自定义API提供服务
- 全流程的数据开发方案：包括开发、算法建模、测试、部署、运维等功能



提供安全的多方数据融合加工保障
(包括淘宝+品牌商+第三方)

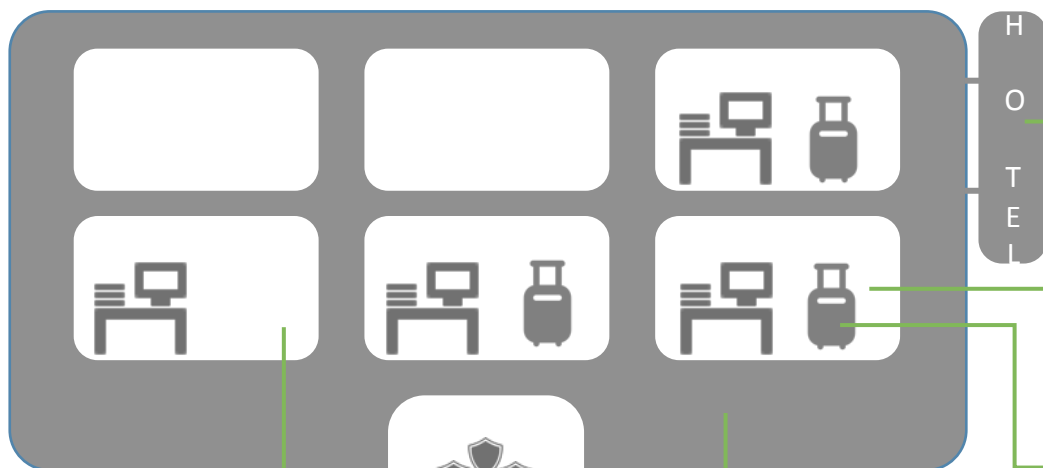
御膳房
安全
平台

云基础云设施：大规模数据计算和弹性能力

你的数据，你做主！



每个用户都是一个独立的房间
阿里巴巴也是一个用户



御膳房，
相当于一间“云+大数据”酒店

酒店租给你的独立房间，只有你有唯一的钥匙，包括酒店在内的其他人没有钥匙，除非你授权

你私人的行李，相当于你带来的数据，你可以随时使用和带走

房间里的家具设备，相当于御膳房为你提供的云设施和数据，你可以使用，但不能带走

酒店提供完善的安保服务，保障你的数据安全

御膳房对用户之间进行安全隔离，并且没有上帝权限，任何数据访问都需要用户授权

御膳房解决品牌商家核心业务场景举例

2016商业服务生态峰会
2016 COMMERCE SERVICES ECO SUMMIT

品牌 全息分析

强大的交互式数据分析平台，品牌商可以结合专业知识，对品牌全维度数据进行分析探索



品牌 全域营销

深度应用阿里大数据，帮助品牌商在阿里媒体建立品牌建设营销从分析到投放到整体策略



货品 供应链优化

在品牌商货品生产、销售的关键环节
深度应用阿里大数据，优化货品及供应链效率



基础服务价值

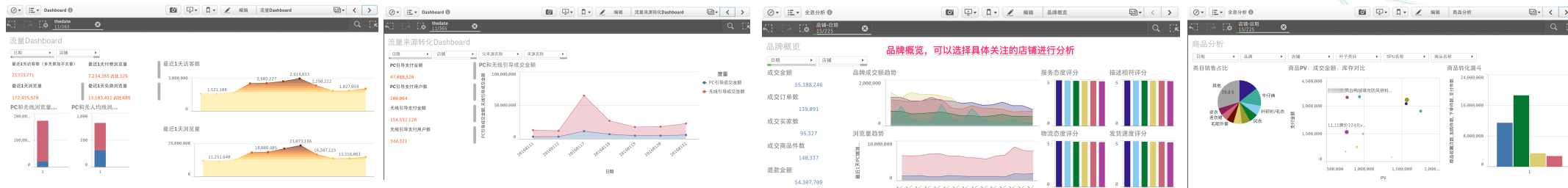
解放人力，大大降低数据加工成本
弹性服务 按需付费
安全可靠
灵活易用的交互式分析洞察

阿里数据价值

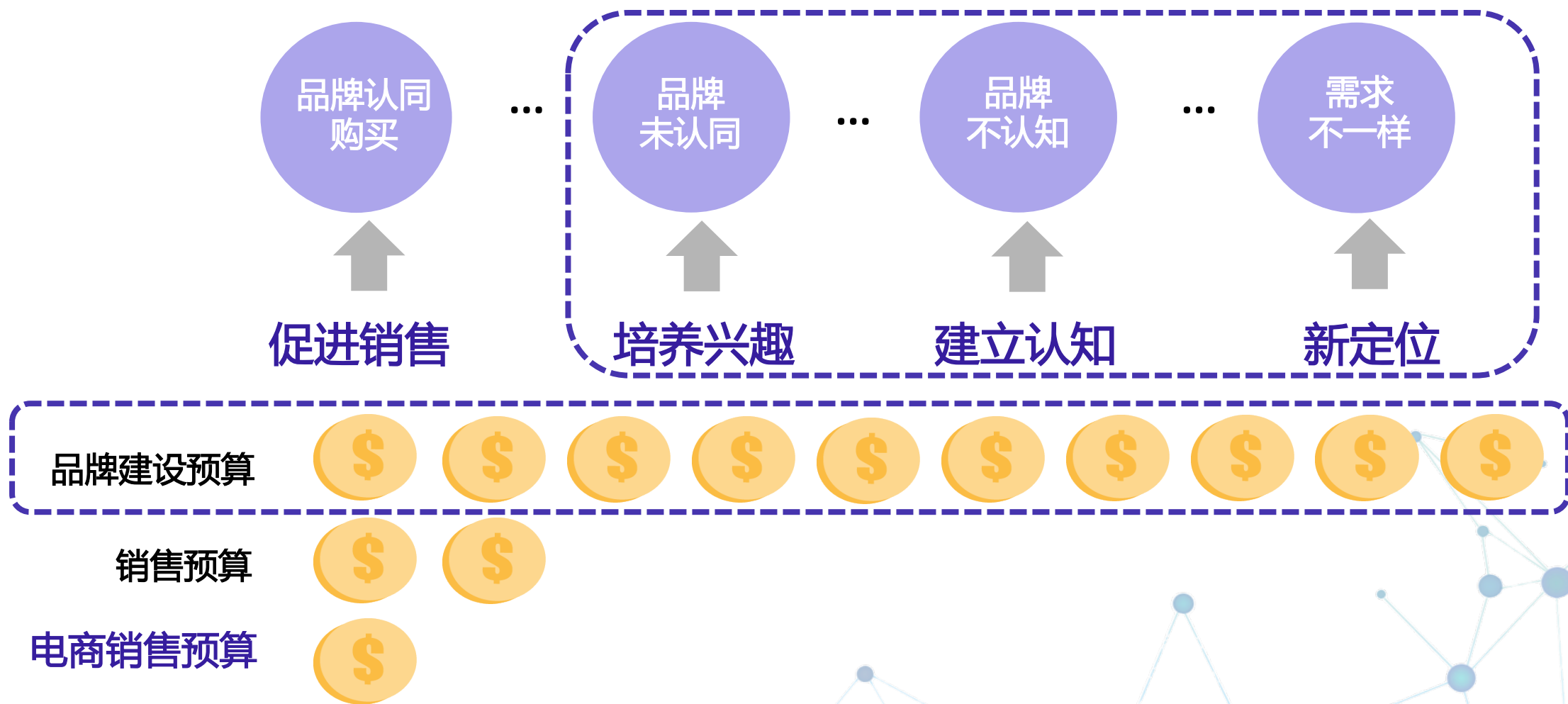
维度丰富：品牌、店铺、商铺、
物流、会员等
时间跨度长（1年+）
开箱即用的默认分析模版
支持自定义指标和分析模版

阿里数据应用增值价值

对接阿里巴巴业务通道：
广告、手淘、试用中心等
自有数据和阿里数据安全混合平台

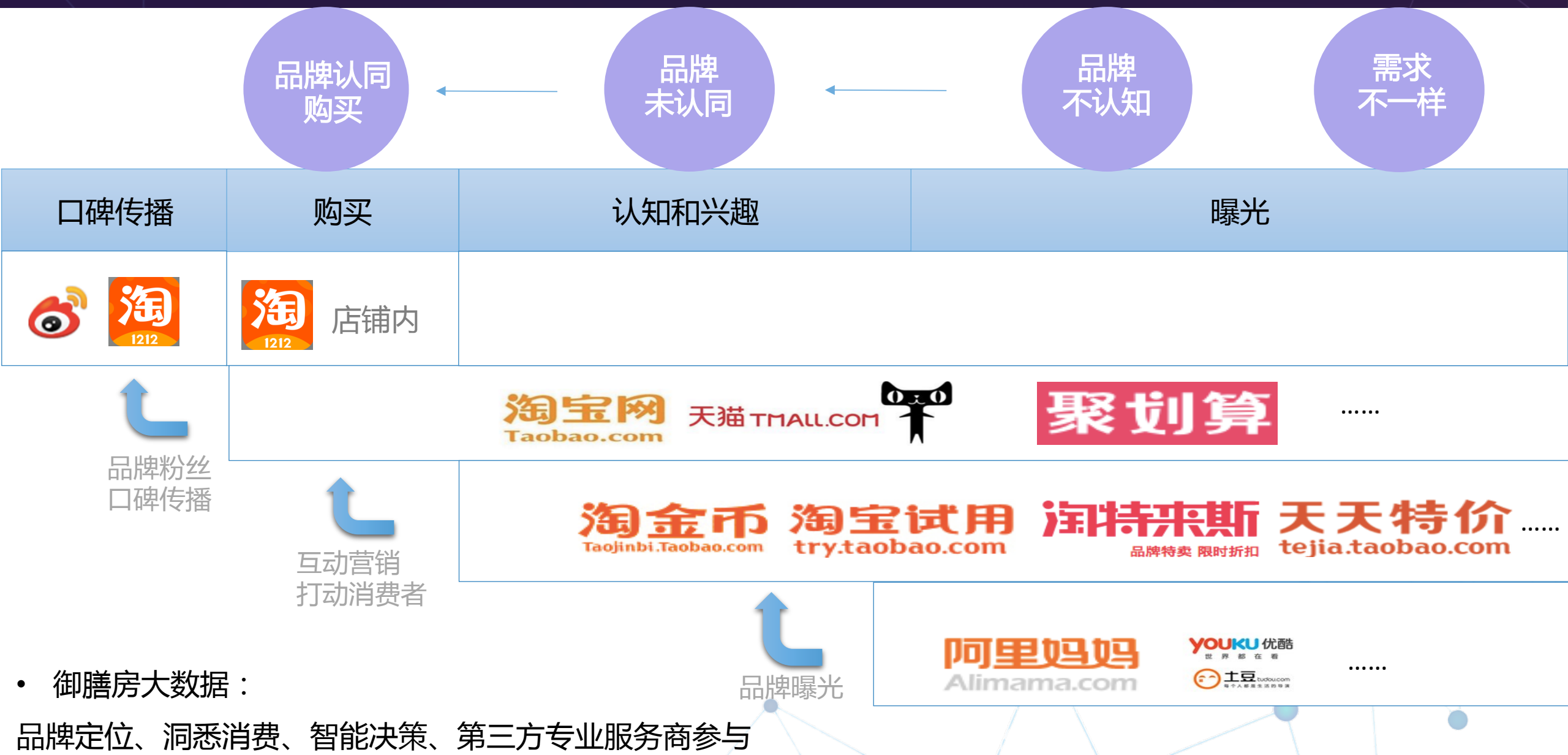


- 消费者对品牌接受度不同要求不同的营销方式
- 因此品牌建设预算远大于仅促进销售的销售预算



御膳房全域营销：阿里生态媒体整合营销

2016商业服务生态峰会
2016 COMMERCE SERVICES ECO SUMMIT



• 御膳房大数据：
品牌定位、洞悉消费、智能决策、第三方专业服务商参与

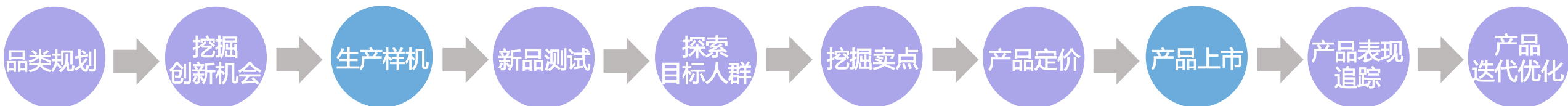
御膳房货品供应链优化

2016商业服务生态峰会
2016 COMMERCE SERVICES ECO SUMMIT

产品持续迭代

● 强数据支持 ● 弱数据支持

品牌商货品
工作流



- 市场研究部
- 产品研发部

- 市场研究部
- 产品研发部

- 电商部
- 市场研究部
- 产品研发部

(天猫专供/首发)

御膳房

数据
总类

评论分析
搜索分析
关联类目分析
爆款属性分析

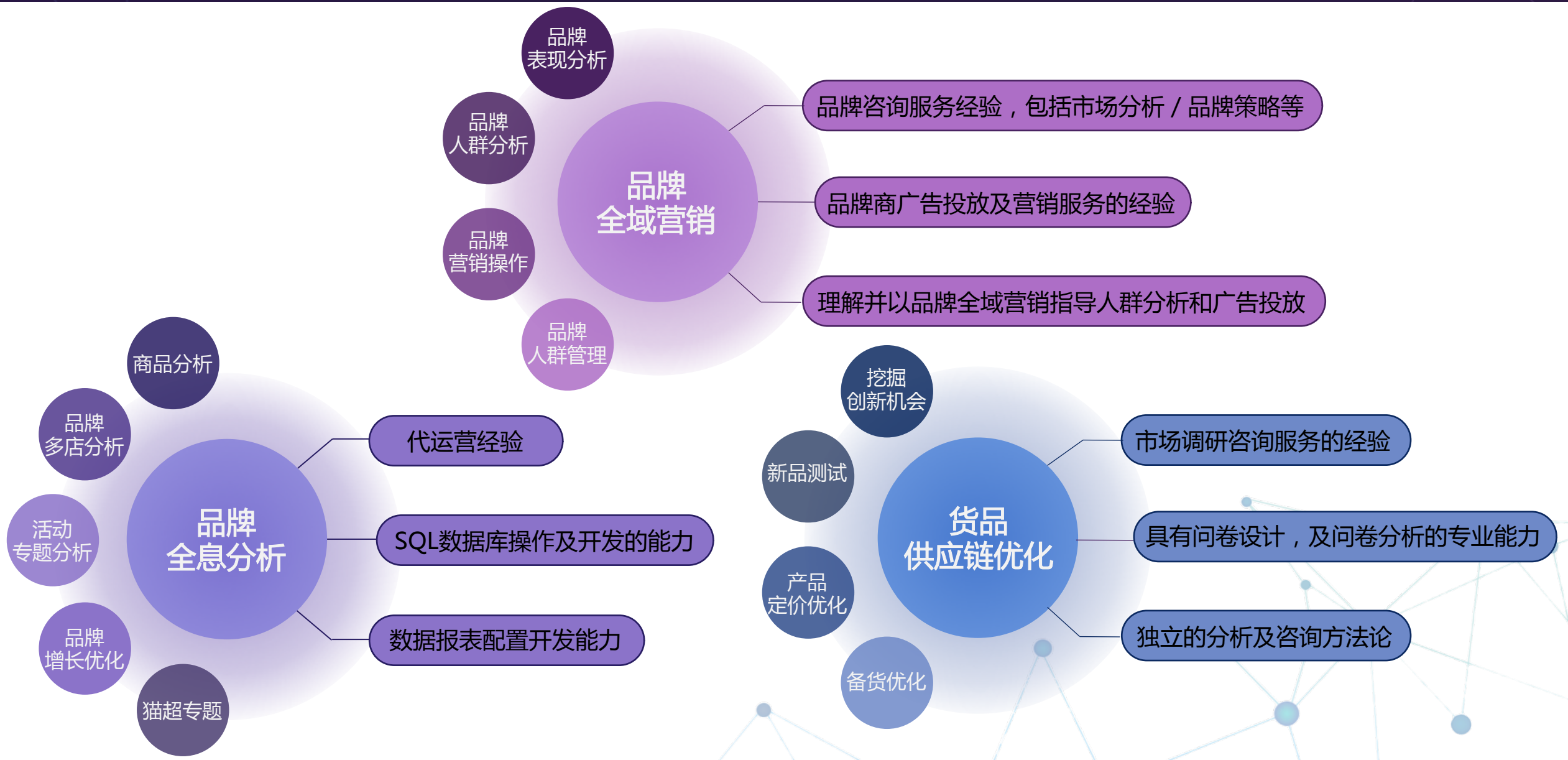
调研结果的灵活
分析和加工能力

服务商

提供市场调研咨询服务的经验
提供问卷设计及问卷分析
提供独立的分析及咨询方法论

服务商如何迎接大数据市场机会？

2016商业服务生态峰会
2016 COMMERCE SERVICES ECO SUMMIT



服务商入驻合作说明

2016商业服务生态峰会
2016 COMMERCE SERVICES ECO SUMMIT

产品详情



招募页面



信息登记

- 联系小二
- 邮件提交信息

1

等待审核

- 线下沟通
- 等待审核

2

签署备忘录

- 签署合作备忘录
- 工作说明

3

缴纳保证金

- 通过服务市场
- 缴纳保证金

4

学习御膳房

- 线上学习御膳房操作

5

考试认证

- 线上通过考试认证

6

服务能力
信息登记

- 沟通服务行业
- 确定服务人数

7

正式入驻
大数据类目

- 御膳房内服务上线
- 签署入驻协议

8

宏原CEO David Shi

2016商业服务生态峰会
2016 COMMERCE SERVICES ECO SUMMIT

数据赋能增长

上海宏原科技
史建明 (@文科生)

大数据构建从策略到执行的品牌营销体系

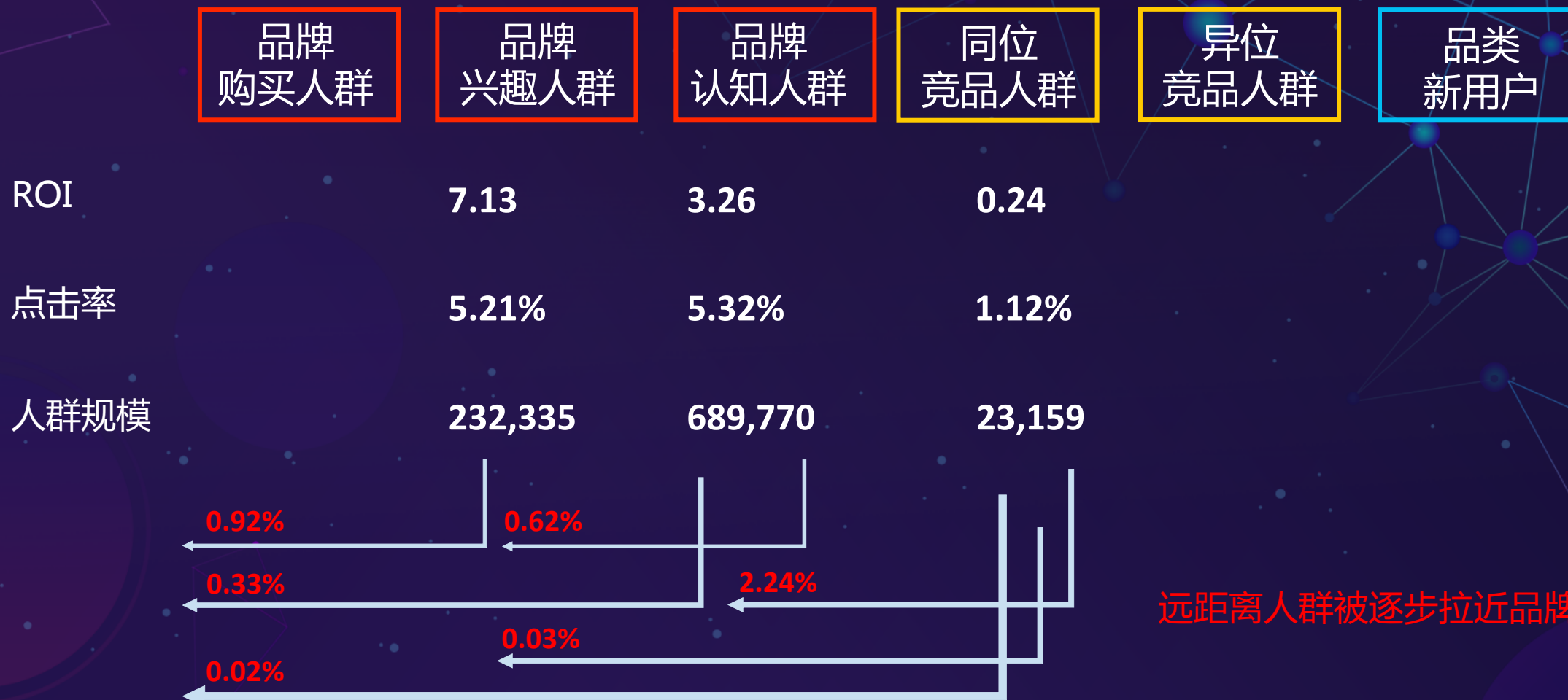


御膳房的数据和工具

洞察消费者，根据营销目标找对消费者



量化转化效果，发现消费者转化路径



远距离人群被逐步拉近品牌

数据赋能
阿里生态

数据赋能
营销人

数据赋能
消费者

谢谢！