

## 案例

山之巅饭店和置业公司希望了解如何发掘出客户资源的价值，更多地了解消费者，开展更有效的目标营销活动。



“我们知道我们拥有一座金矿——客户数据库。我们只是没有把握如此将这些浩如烟海的原始资料转换成有用的信息。”

山之巅饭店和置业公司战略资料分析 Sarah Johnson

### 挑战

在努力了解客户和提高目标营销活动效率的过程中，山之巅首先需要企业来帮助他更好地利用他的北美客户数据库。

### 解决方案

MapInfo 建立了一个用户化模型，帮助山之巅将原始资料转化为有用的信息，更好地了解用户的习惯和需求。

### 概述

山之巅是北美地区最大的豪华饭店公司之一，拥有许多不动产，声誉卓著，年销售额近二十亿美元，资产多样，包括历史标志、风景名胜地和现代城市中心产业。

山之巅希望有效利用他的北美客户数据库，数据库内包含有广泛的消费者信息，并且输入条目已经增加到一百五十万条以上。公司新任的战略资料分析主管 Sarah Johnson 要求 MapInfo 帮助山之巅建立数据库模型，将其转化为有条理的能够为营销部门提供有用答案的信息。

Johnson 说：“我们知道我们拥有一座金矿——客户数据库。我们只是没有把握如此将这些浩如烟海的原始资料转换成有用的信息。我们希望 MapInfo 能够帮助我们回答许多重要的商业问题：谁是我们真正的消费者？他们在哪里？我们怎样才能吸引到更多的消费者。最后，我们还想看看这些信息如何能够帮助我们开展更有效、更有针对性的目标营销活动。”

Johnson 要求 MapInfo 根据客户数据库建立起消费者划分模型。

这种系统还需要通过位置、邮政编码或其它地理基准确定用户在地图上的位置。还应该能够显示最近地区的 Orange 店、经销商或基站一览表，与原来的 CoMS 具有相同的风格，以便最大限度地降低培训成本。

由于这种系统将显示 Orange 的工程设计工具 NATSuite（一种基于 MapInfo®MapBasic®系统的工程设计工具）所提供的数据，因此该系统还必须能够与 MapInfo 兼容。NATSuite 主要用于分析载波调查，驱动调查，对各种调查数据进行处理。此外还要对覆盖问题进行记录和跟踪，显示网络元件、邻接和参数。

由于 MapInfo MapX®绘图软件成本效益高，易于使用，因此应用软件开发人员选择了 MapInfo MapX®来代替 AutoRoute 以便为 Orange 组建新的 CoMS 系统。MapInfo MapX 允许用户将绘图功能嵌入新老软件当中，使 CoMS 可以在显示 Orange 基础发射场地、道路网络和其它相关位置数据的详细的交互地图上准确显示网络覆盖。

## MapInfo 的优势



山之巅最开始与 MapInfo 联系是基于以下三个理由：MapInfo 的数据和服务质量高，在行业内享有很高的声誉，MapInfo 的员工在以前与山之巅建立良好的关系。山之巅最终选择 MapInfo 主要基于这样一个事实：MapInfo 能根据山之巅的特殊需求为他量身定做高度用户化的解决方案而其它竞争对手则大力推行“饼干模子”式的解决方案。

MapInfo 北亚区代表处  
北京市朝阳区工体北路甲 2 号  
盈科中心 IBM 大厦 14 层  
Tel: +86 10 65391021  
www.mapinfo.com.cn



**“MapInfo 建立了一套用户化模型，帮助我们对消费者有了更多地了解，最终使我们能够开展更有效更有针对性的目标营销活动。”**

山之巅饭店和置业公司战略资料分析主管 Sarah Johnson

### 成果

MapInfo 从制定简化数据并将数据整合到山之巅数据库的解决方案入手，然后采用 PSYTE 分割系统建立起演示山之巅客户段的模型。山之巅的工作人员第一次能够看到客户的真实情况，Johnson 很快就看到了由此带来的影响。

她说：“我觉得当我们开始使用这个模型时，我们多少都为答案如何迅速地显露出来而吃惊。有些以前我们要花三到四天才能处理的关键性的营销问题现在只需要 30 秒就可以解决了。这对我们营销部门的行事方式是一个完全的改变，我想在有些方面我们现在仍然还没有完全适应。”

利用 TargetPro 和 PSYTE 分割系统和数据集，MapInfo 设计了某些具有创新性的应用软件，使山之巅对他们的客户有了更多的了解。Johnson 说：“我们了解到他们住在何处，他们开哪一类的轿车，甚至还知道他们喜欢什么样的电影。这些信息我们全部可以利用来为我们目标营销活动服务。”

Johnson 说，要在短期内对 MapInfo 解决方案对山之巅的投资利润率的影响进行评估可能很难，但从长期来看，由于目标营销活动更有效更有针对性了，影响应该是巨大的。

“要对这种影响进行量化很难，但事实是我们对客户有了更深刻的认识，能够更加清楚地了解他们是谁，于我们有着怎样的价值。我们觉得这样花的钱值得。”

最近，山之巅聘请 MapInfo 承担附加项目，饭店的工作人员继续使用分割系统收集消费者数据的有价值的信息。

MapInfo 的 PSYTE 分割系统是解决方案的核心，这个解决方案是由 MapInfo 预测分析团队制定的，帮助山之巅从数据库中发现价值。这个模型还包含其它许多组成部分：

- MapInfo TargetPro®
- MapInfo Professional®
- MapInfo StreetPro®
- MapInfo MapMarker®

MapInfo 将以前获得过 license 的客户数据和客户采集资料—人口统计学数据等等—结合在一起，然后通过购买客户财富数据集增大数据量。该模型使山之巅能够就客户对各种品类的好恶构建起模型。为了跟上山之巅紧凑的时间表，MapInfo 在收到数据三周内就建立起了该模型并予以实施。

Johnson 说：“我们很高兴解决方案的各个部分都结合在了一起，但更兴奋的是，MapInfo 尽他们所能尽快地将所有一切都带动起来。这对我们来说非常重要，因为如果我们一天不使用这些资料发挥作用，我们就要多损失一天。”

MapInfo 为山之巅设计的这个解决方案在四台装有 Windows XP 的台式机上运行。