

美的开普勒 助力企业打造数据生态圈

2017.9

美的集团

从单一品类单一国家运作成功转变为多品类和全球运营的企业集团

市值及排名



总市值：3000亿+



沪深两市全部上市公司排名：20+



标普/穆迪/惠誉评级A-/A3/A-



#450，《财富》世界500强

每年两个超3亿

向用户提供**3亿**台家用电器

向厂家提供**3亿**台核心零部件

收入预期

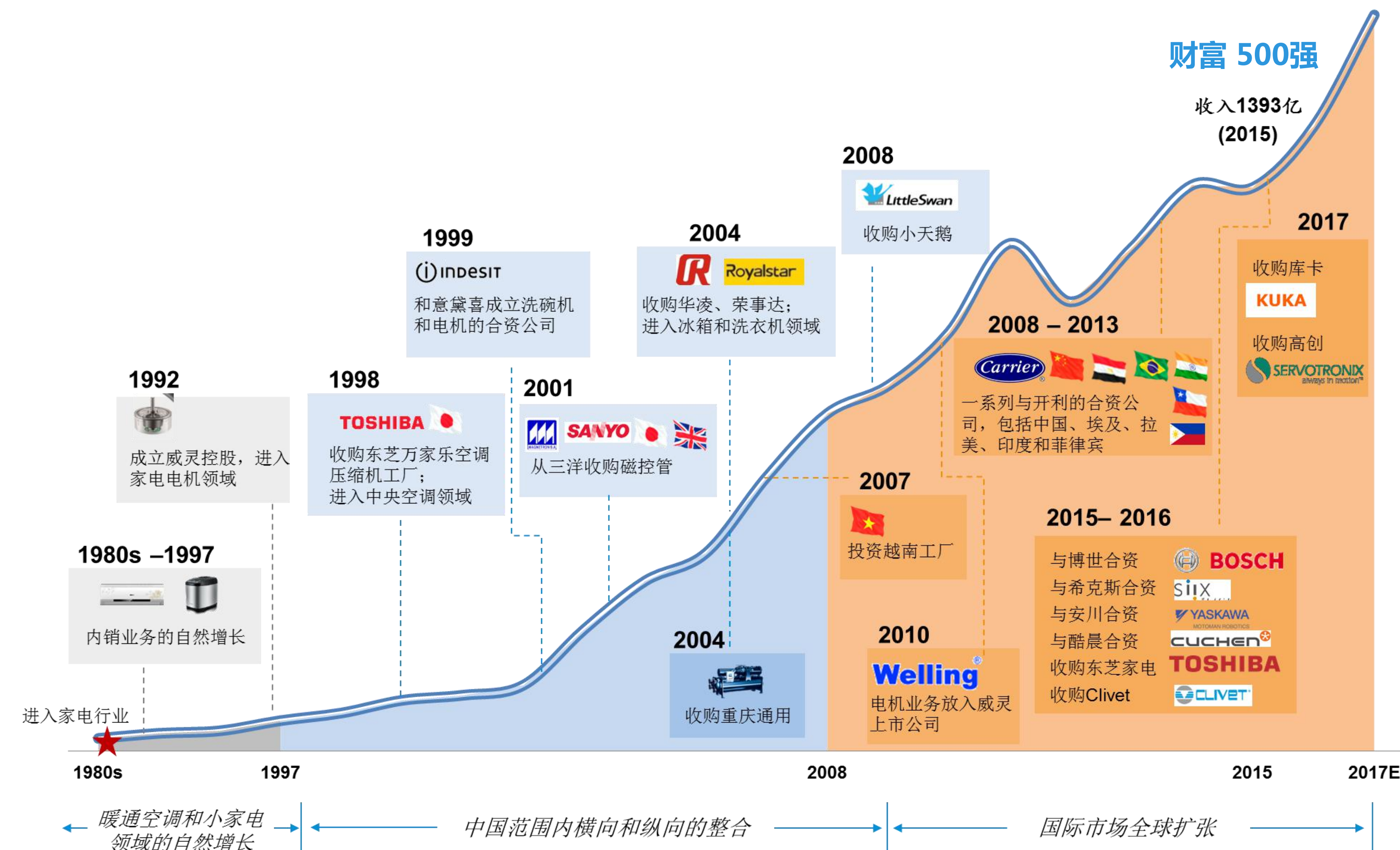
2016年：近**1600亿**

2017年：约**2200亿**

电商全网销额家电第一

2016年：**220亿**

2017年：**400亿**



美的：“双智”战略

美的不是互联网企业

但要实现**互联网化、移动化、智能化**，实施**“双智”**战略，建立**数字化**美的



智能产品

创造智慧和有温度的产品



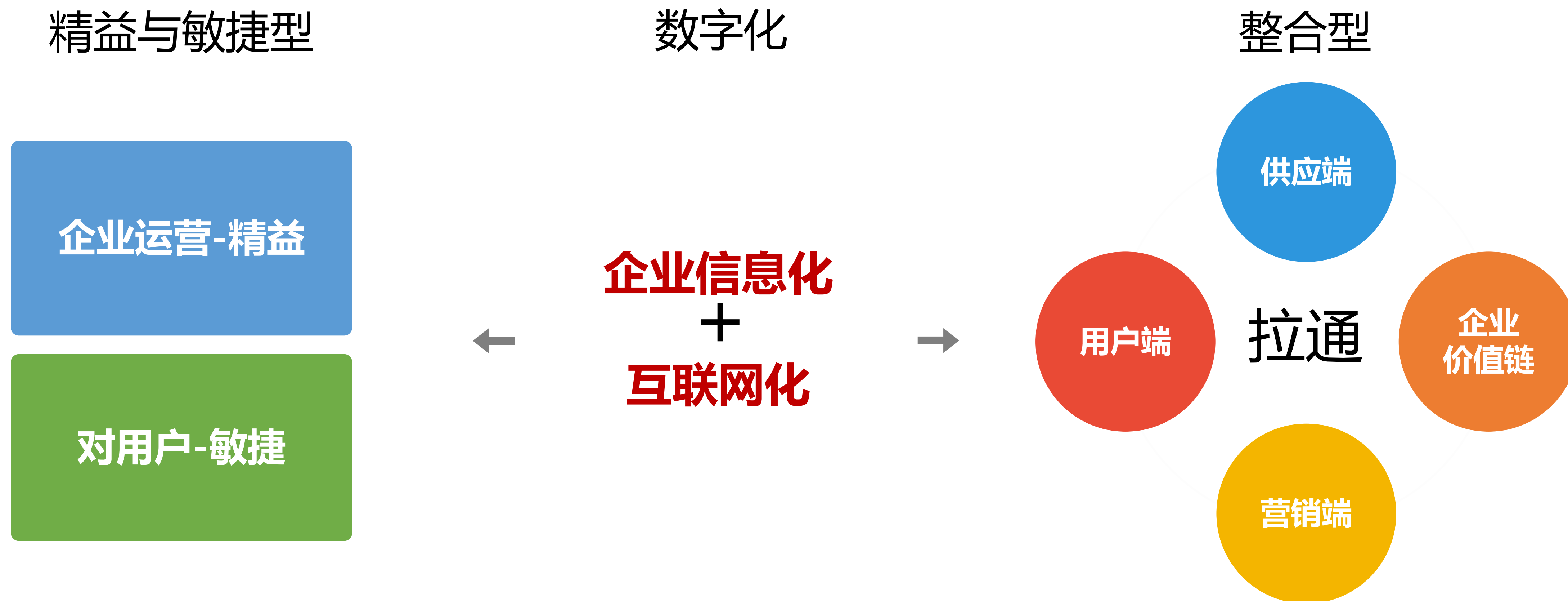
智能制造

全价值链数字化经营



企业转型对管理的要求

企业数字化是企业转型的战略之一，是企业转型的必要手段



美的数字化转型的举措

T+3是以用户需求为主导的



给予客户订单满足的产销模式

美的

按照美的T+3模式，推动三大流程、四大IT举措支撑美的向精益与敏捷型企业转型，实现数字化

一大模式

三大流程

四大IT举措

T+3模式

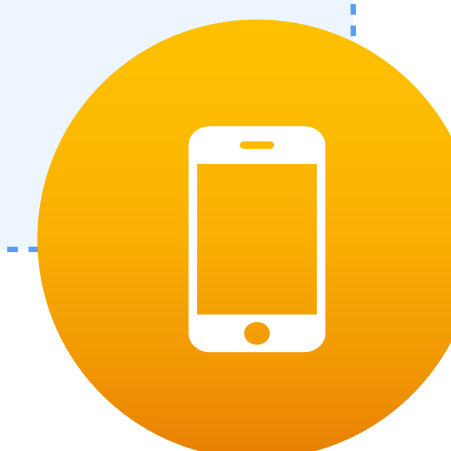
用户端到端
产品端到端
订单端到端



智能制造



大数据



移动化



美的云

美的IT战略回顾

人员规模

2011年

2012年

300人

2013年

2014年

600人

2015年

1000+人

2016年

2020年

企业信息化 1.0

互联网化2.0

智能化3.0

全球化

• IT组织、系统分散

- 加大IT投入，增人、增资
- 重构IT治理机制：组织重构、集中制
- 全面重构系统，实施632战略规划，建立集团级统一的流程、数据、系统
- 系统交付：从外包为主转变为自制为主
- 快速应对业务，购置商品化软件，消化优化
- 产品经理制

- 流程IT整合：重新定位IT，Enable IT
- 实施移动化、大数据、美的云、智能制造战略
- 智能制造试点，支持美的T+3模式
- 系统从 to B 转向 to C
- 建立用户体验设计部门UED
- 开源化与云化（除Oracle ebs与PTC系统）
- 交付：传统+敏捷，双模IT
- 缩短上线周期，快速开发或应用互联网产品
- 2017 启动智能化战略

开源化

云化

数字生态

利润率显著提升 + 现金存量充沛 + 人均效率大幅提升

核心指标	2011年	2016年	对比
营业总收入（亿元）	1,341	1,598	+19%
净利润（亿元）	67	159	+137%
自有资金（亿元）	-51	695	+750
经营活动产生的现金流量净额（亿元）	41	267	+551%
人均效率（万元）	67（19万员工）	134（11万员工）	+246%
净资产（亿元）	302	690	+128%

数字化对美的业务赋能与支持-小结



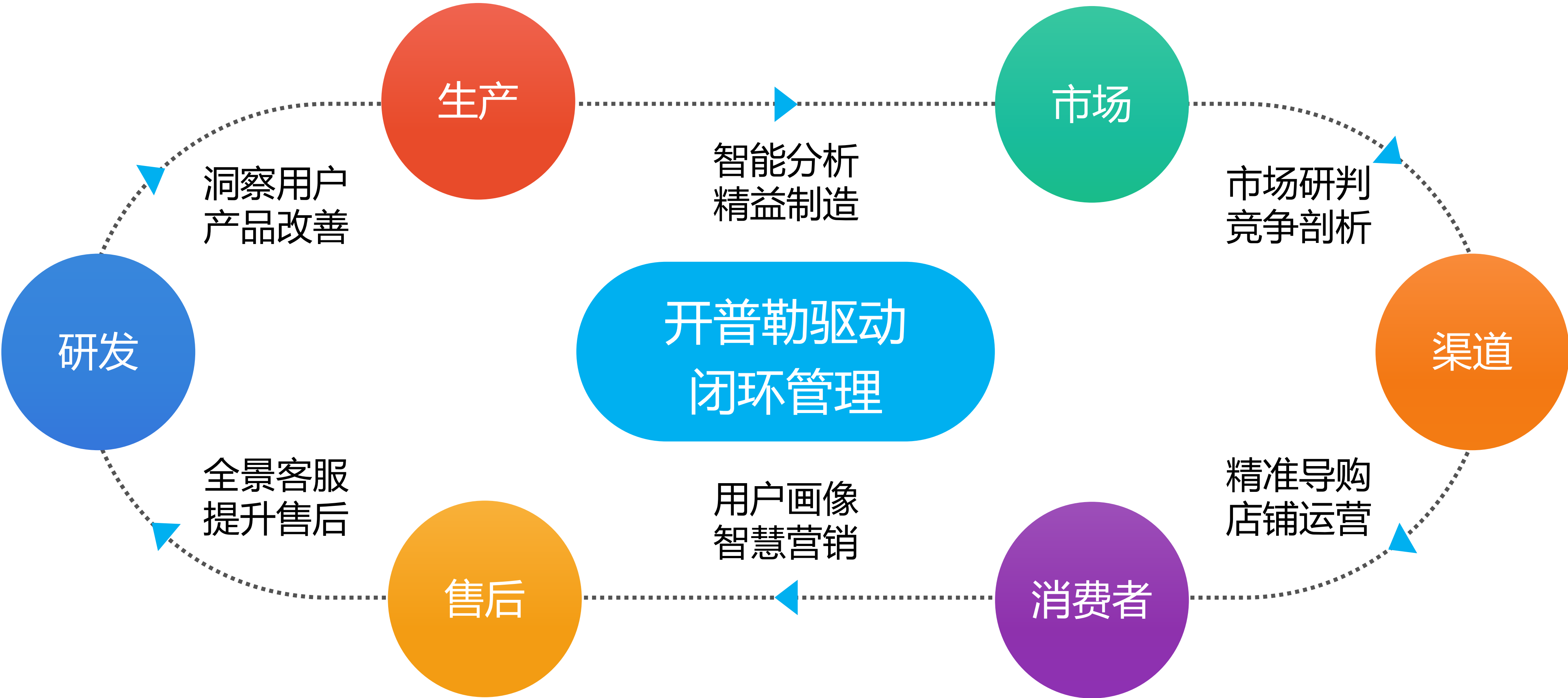
美的开普勒 发现另一个数字化的美的



- 大数据分析，按需设计：线上剖析+线下探究+智慧洞察
- 大数据决策，按需生产：计划拉通+以销定产+品质管控
- 大数据驱动，精准营销：导购服务+营销闭环+售后提升

美的开普勒目标

从企业角度出发，驱动业务践行研产销闭环管理



美的开普勒产品

陀螺仪

地动仪

水晶球

观星台

企明星

服务号

1.拉通
内部数据

2.融合
外部数据

3.整合
用户数据

4.运营
IOT数据

内部数据

供、产、研、销
财务、HR等
生产设备
实时

互联网商情与用户声音

淘宝系、京东、苏宁等
行业专业网站
各种社交媒体、网站
销量、用户舆情/评论

统一的用户数据

售后用户
电商用户
物流用户
导购收集的用户

设备的运营数据

生产数据
设备状态
用户操作
故障信息



观星台：采集外部互联网数据

将企业在互联网上的表现一网打尽

客户已覆盖**汽车、家电、零售、服装、玩具、卫浴**等行业

30+行业 | 500+品类 | 20000+品牌 | 50万+店铺 | 2000万+商品 | 5亿+评论



市场形势看不清

市场容量没数据，经营决策凭经验
竞争品牌不了解，对手动态难把握
主销价位不知情，合理布局难实现

店铺运营靠经验

店铺管理没抓手，运营评价不科学
运营策略难收集，针对改进难落地
竞店动态难跟踪，对手了解不深入

产品表现摸不透

畅销产品不了解，爆款打造无方向
新品表现难跟踪，市场反响不知情
用户流失无头绪，销售提升难发力

用户心声听不到

品牌口碑不了解，提高声誉没针对
用户抱怨难收集，产品改善没方向
差评管理没抓手，闭环管理难执行



将企业在互联网上的表现一网打尽

实时采集主流电商平台和大型综合网站、**2000万+**商品、**5亿条**用户评论数据

为企业提供一站式**市场营销**、**产品企划**、**店铺运营**、**用户洞察**和**舆情监控**等在线分析SaaS服务



1.掌大局

2.知己彼

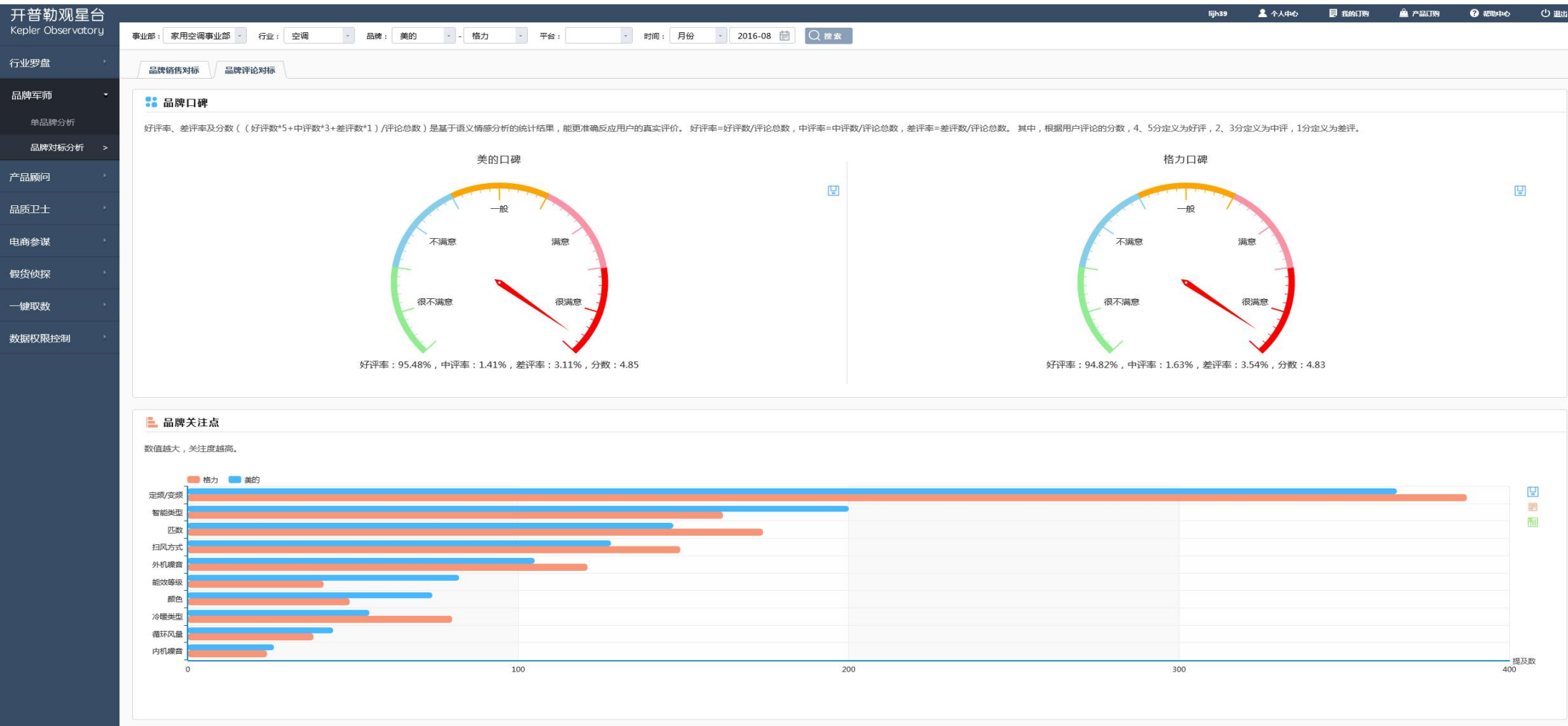
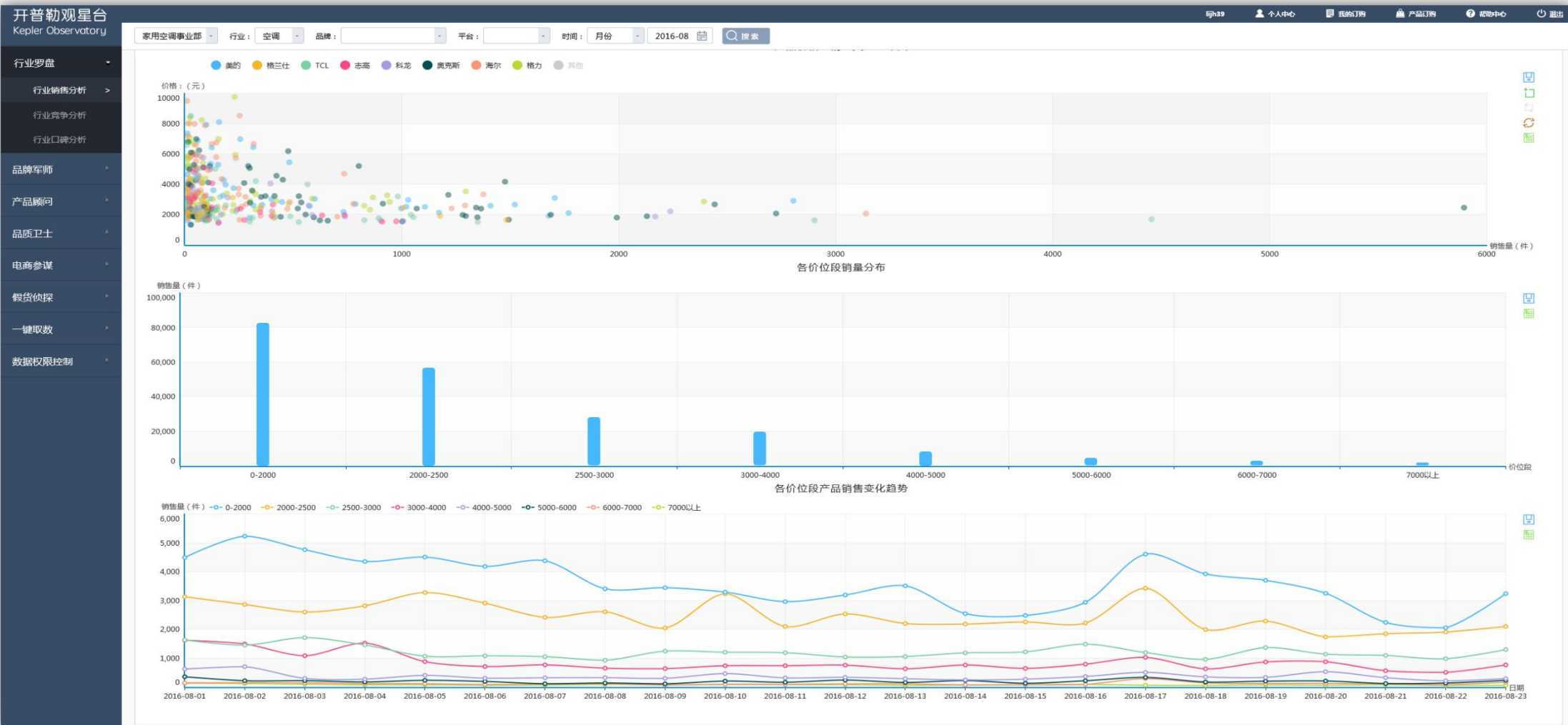
3.懂用户

4.重运营

做好市场研判，剖析竞争格局

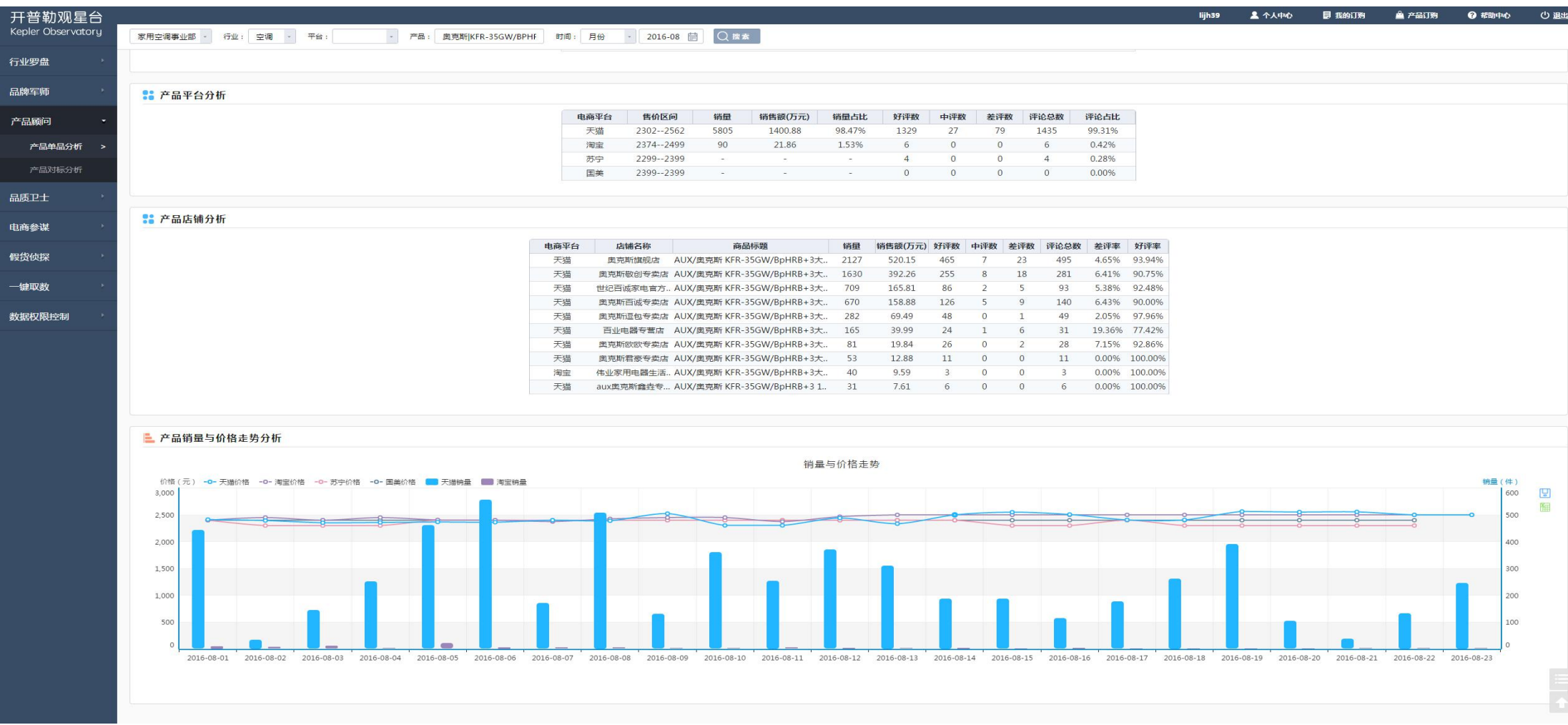
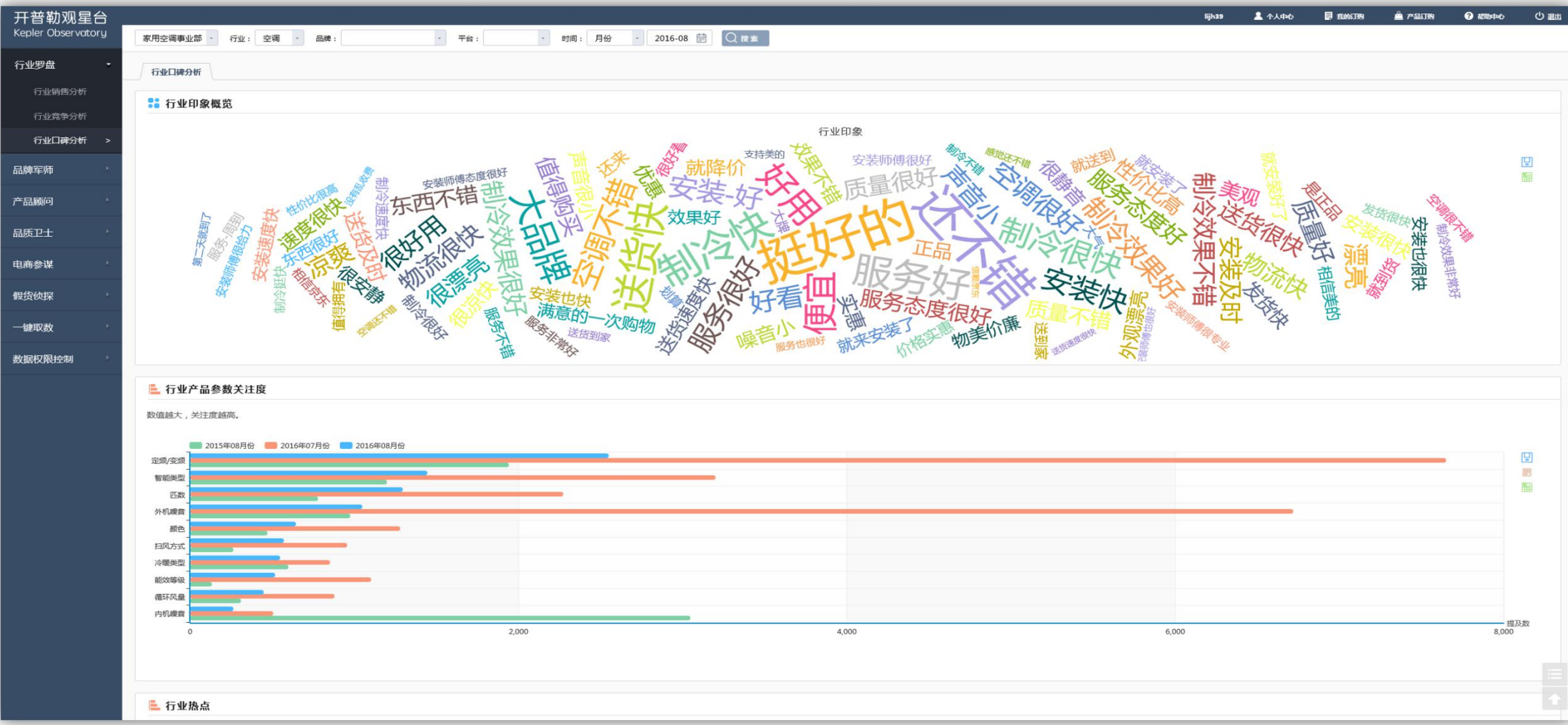
助力美的电商销售规模从2015年**150亿元**，增至2016年**220亿元**，2017年将突破**400亿元**
市场趋势 + 竞争格局 + 产品表现 + 店铺运营 + 用户评论，全局掌控

掌大局



知己彼

懂用户



重运营

甄别负面舆情，保护企业形象

每年处理负面舆情**100万+条**，形成工单**4万+条**
避免扩散，保护形象，全面提升客服运营能力

全方位舆情监测

- ① 提供重要数据支持
- ② 有效控制事件传播
- ③ 为企业形象保驾护航



舆情来源



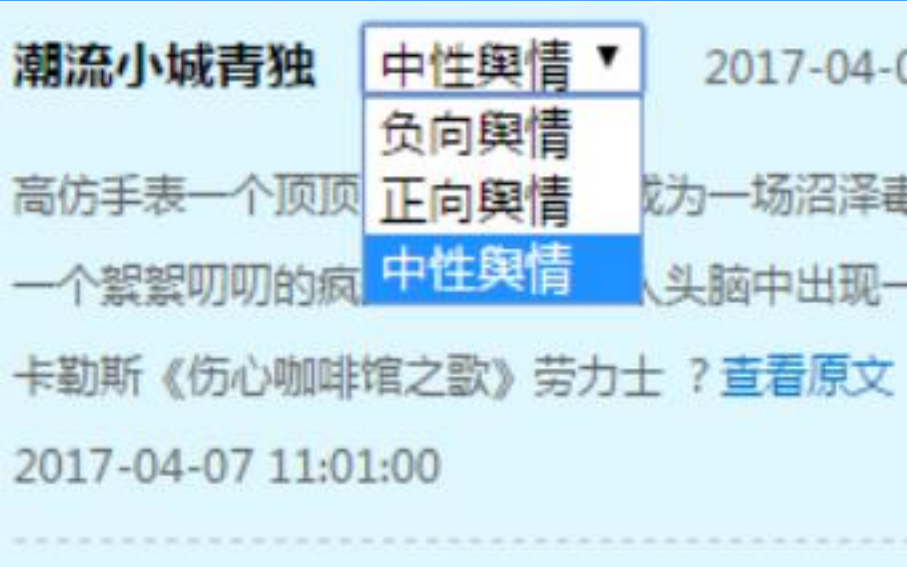
舆情展示



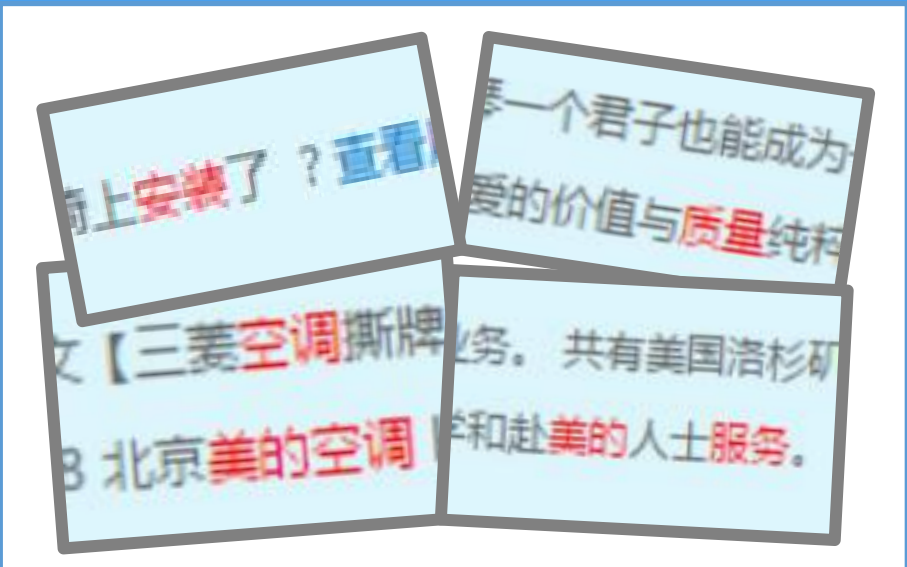
来源统计

舆情分类分析

- ① 获得舆情热点
- ② 分析正负面情况
- ③ 传播情况跟踪



舆情分类



关键字



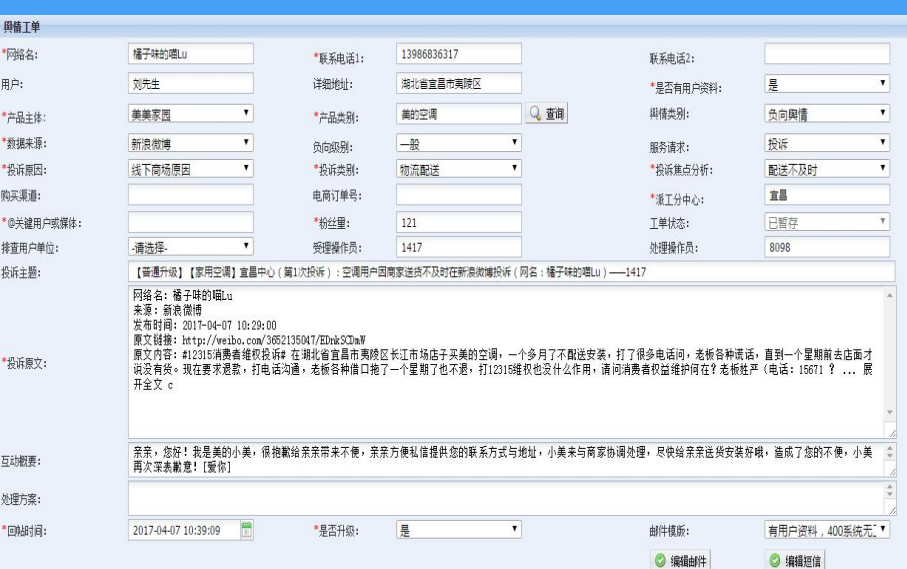
分类统计

闭环跟踪处理

- ① 客户服务处理
- ② 产品运营跟踪
- ③ 产品企划反馈



形成工单



工单跟踪

产品主体	产品大类	投诉原因
美美家园	小天鹅洗衣机	产品原因
美美家园	美的空调	线下商场原因
美美家园	干衣机	产品原因
美美家园	美的洗衣机	产品原因
美美家园		线上店铺原因

闭环处理



水晶球：梳理企业内在逻辑

辅助企业运营和分析决策

客户已覆盖**汽车、家电、能源、零售**和**代运营**行业

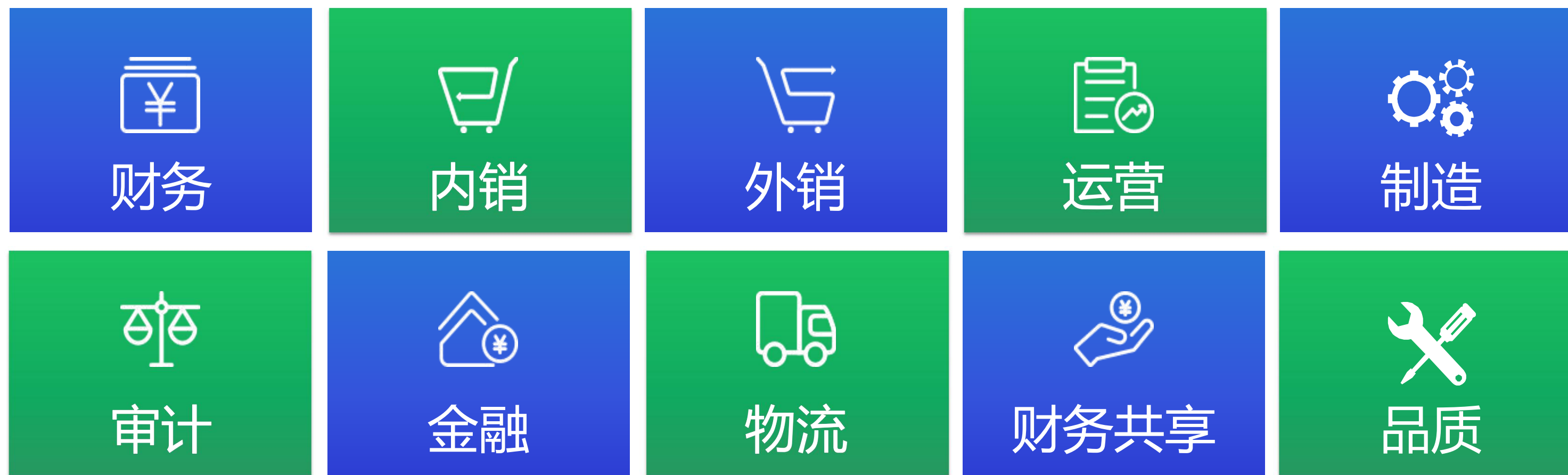
12大领域 | 2000+ 报表 | 3000+ 指标 | 4层数据模型 | 40+ 预警模型



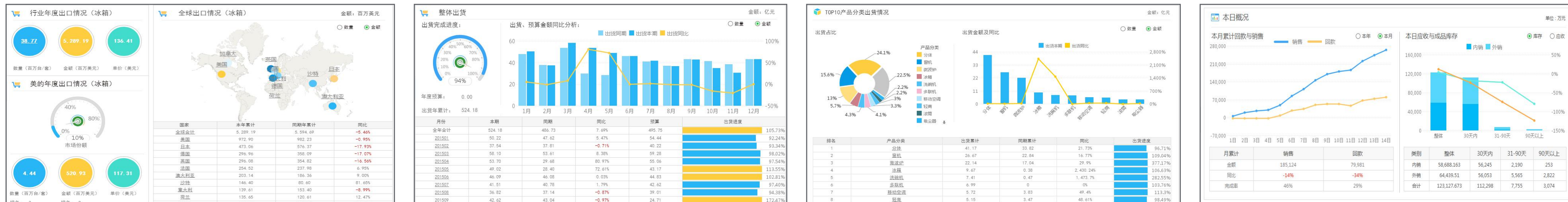
打造面向全集团的经营分析中心

全价值链运营分析体系 + 全生命周期数据管理

12大业务领域、2000+业务报表、3000+业务指标、4层数据模型.....

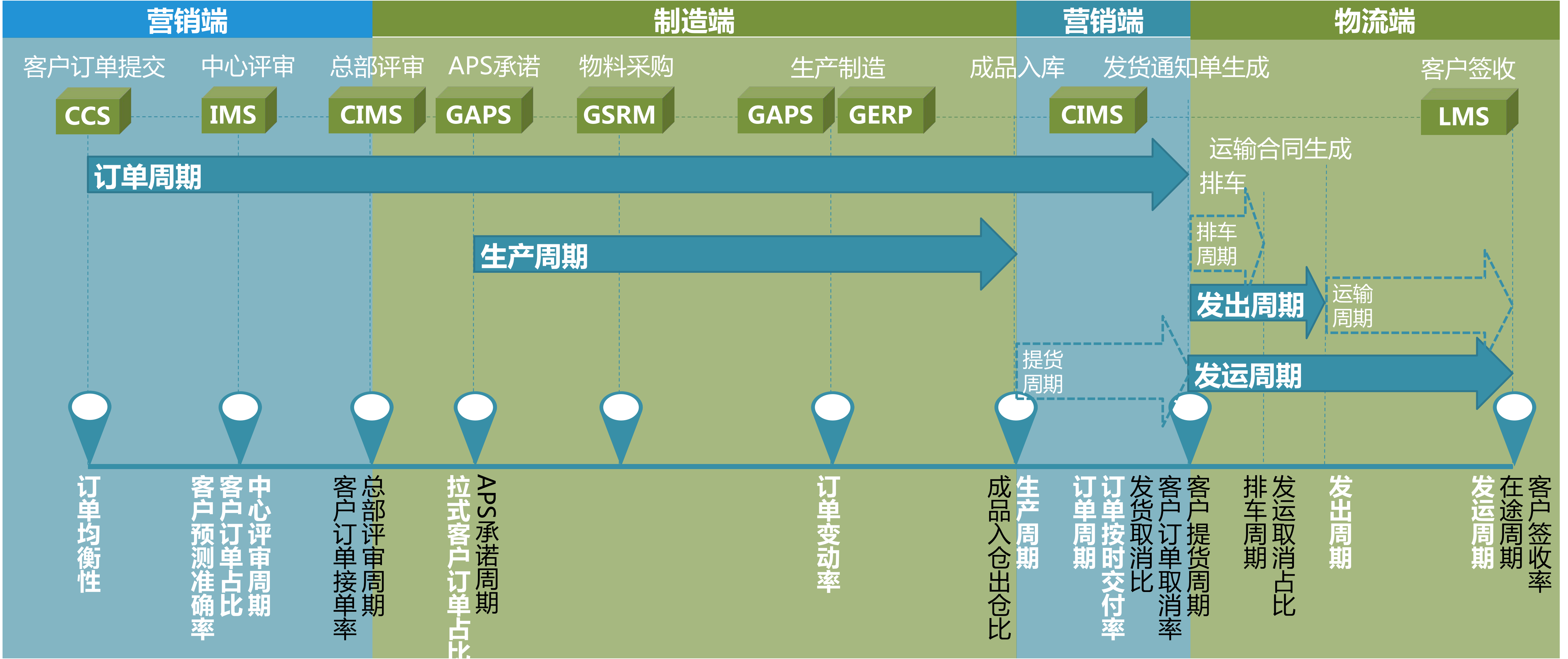


● ● ● ● ● ●

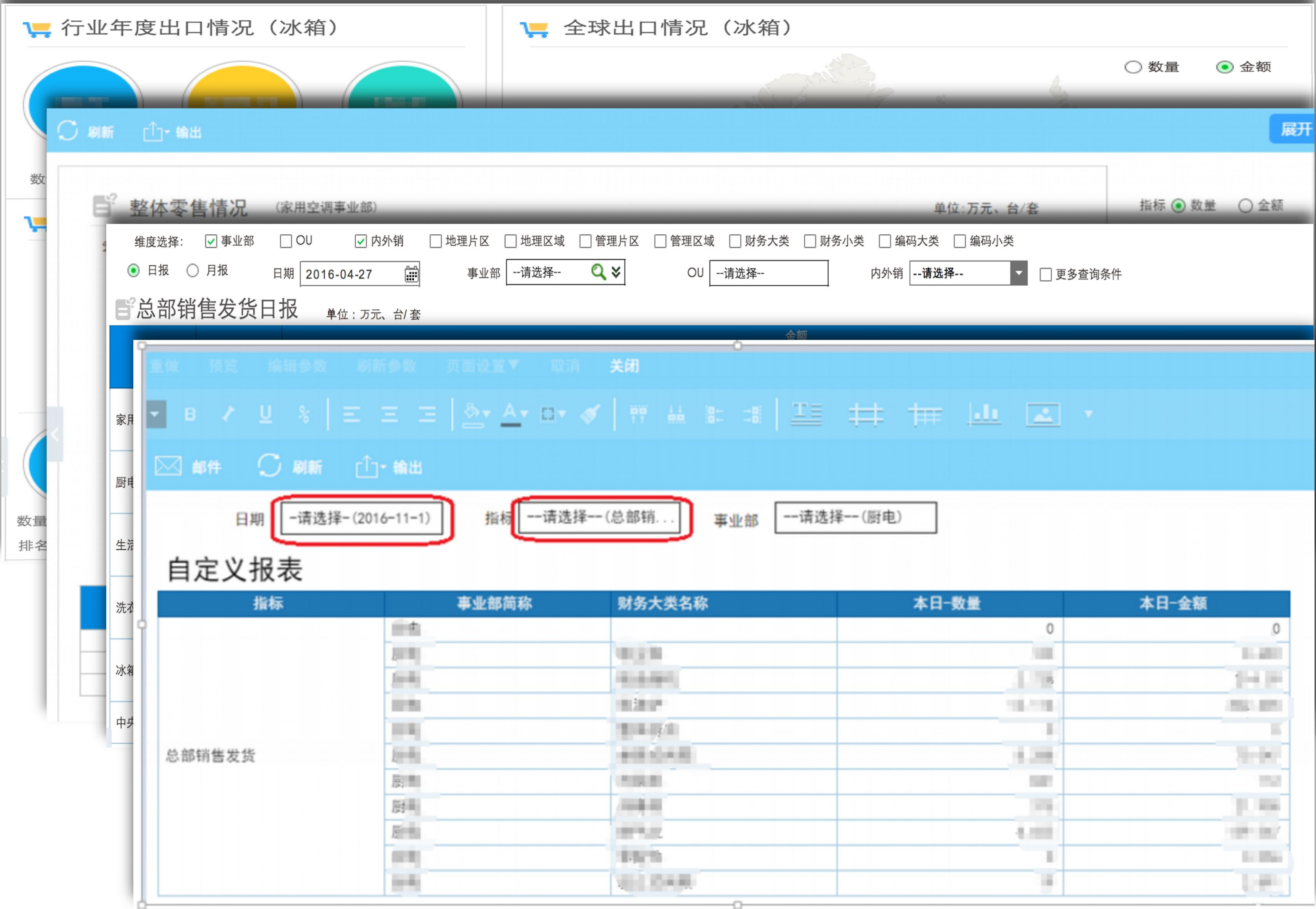


端到端的分析能力

以美的内销为例：整合**9大**业务系统数据，建立了**18大**考核指标，全流程业务数据拉通分析



业务场景应用能力



仪表盘

监控关键指标
提供趋势分析
指导经营决策

图形界面

丰富的图形界面
直观的数据展现
不需加工，即可分析决策

多维报表

满足固定、常规数据视角
满足汇总数据的统计分析
减少重复性的报表制作

敏捷报表

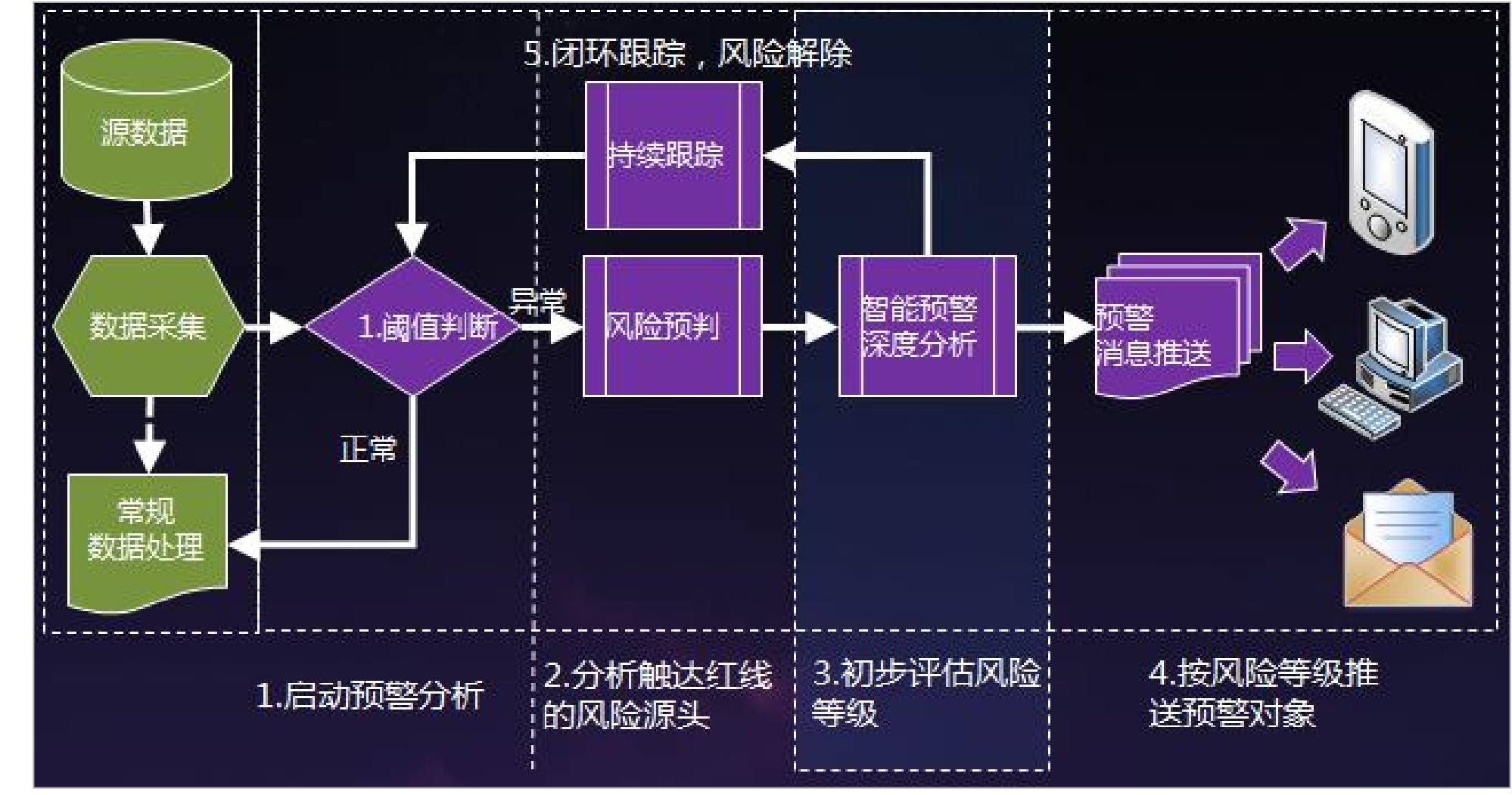
快速实现个性化报表需求
报表有限共享
满足日常多样化的报表需求

风险智能预警能力

(1) 从被动守候问题到主动出击解决



(2) 全自动的数据预警闭环流程



(3) 灵活的风险等级、阈值、提示设置

1. 设定预警指标的阈值及风险等级

预警主题	事业部	维度	阈值（低风险）	中风险	高风险
销售进度	事业部A	事业部	-5%	-10%	-15%
销售进度	事业部B	内外销	-5%	-10%	-15%
逾期应收	事业部C	事业部	10	100	1000

2. 设定风险等级的预警类型

推送风险等级	常规预警	黄色预警	红色预警
低风险	√		
中风险	√	√	
高风险	√	√	√

应用场景区示例

场景：事业部A，销售进度偏差为-13%
风险判断：中风险
推送预警组：常规预警+黄色预警

(4) 实时的结果预警，关联指标数据支撑



实时在线分析能力

监控实时在线**300万+**设备数据，秒级分析**30万+**条用户行为信息，精细挖掘业务应用场景

地域分布 + 用户信息 + 设备状态 + 操作情况，实时监控，分秒尽握





地动仪：融合内外部用户数据 实现用户全面洞察和精准制导

客户已覆盖**家电**和**汽车**行业

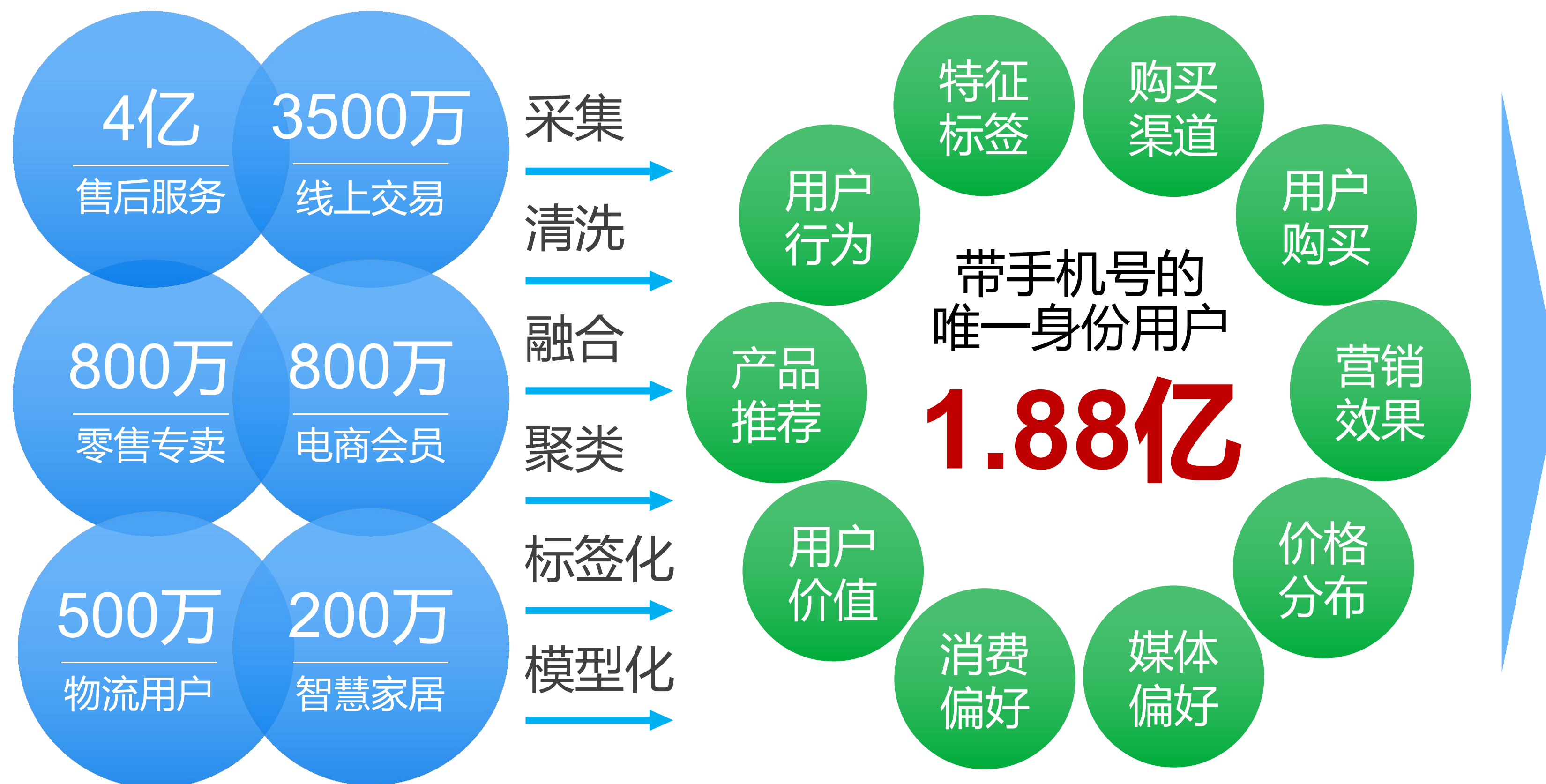
1.88亿+用户 | 10亿+行为数据 | 100+融合规则 | 800+标签 | 人均20项标签



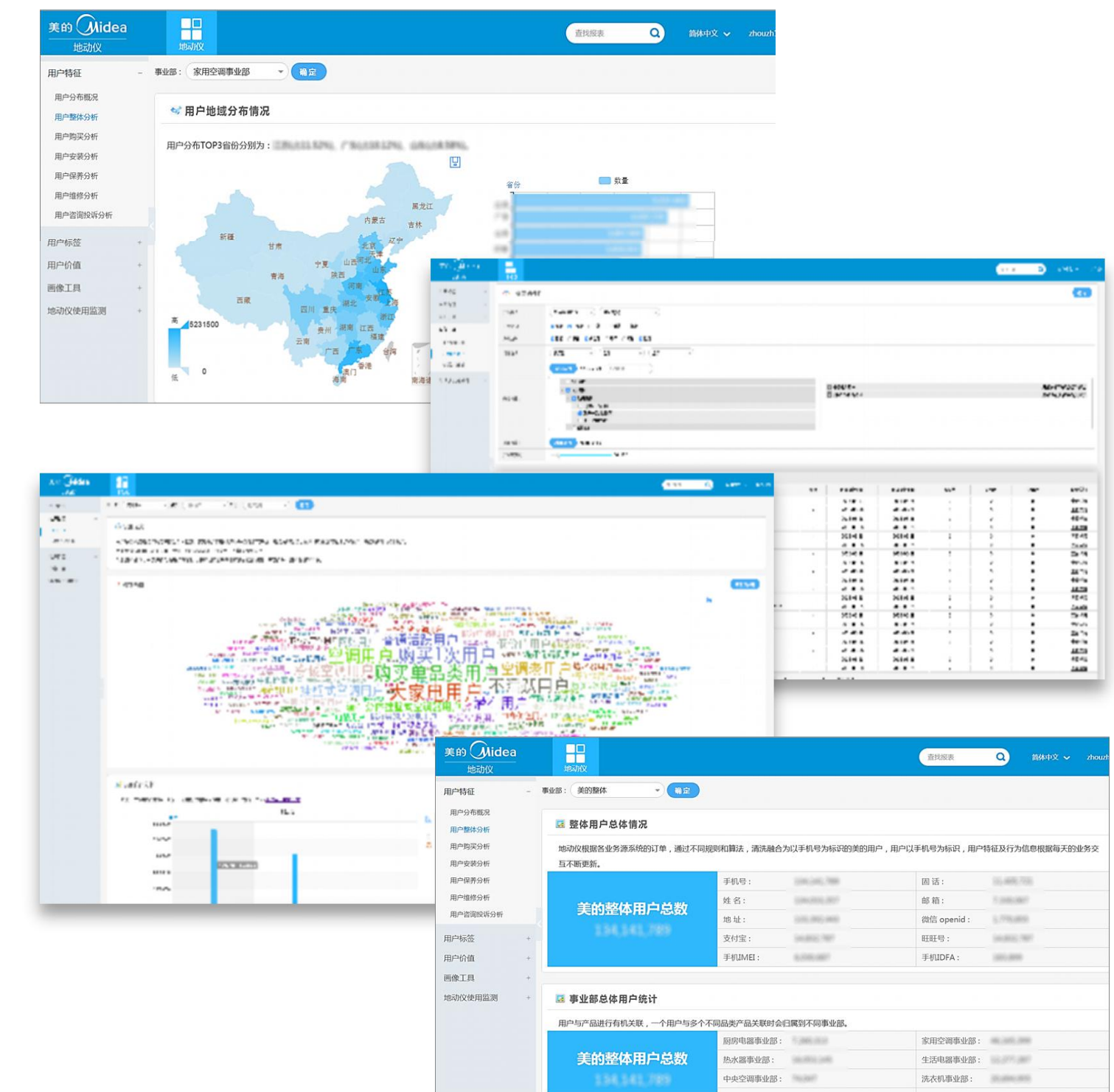
洞察用户，精准制导

整合内外部数据，构建用户全景视图，形成**1.88亿**（日增约**20万**）唯一身份识别用户
10亿+行为数据，**800+**标签类型，为各类促销活动提供精准支持

美的用户画像



用户管理 | 精确营销 | 提升体验 | 支持企划



用户统一管理，用户统一运营

用户情况 + 地域分布 + 行为特征 + 标签信息，一应俱全

用户整体情况



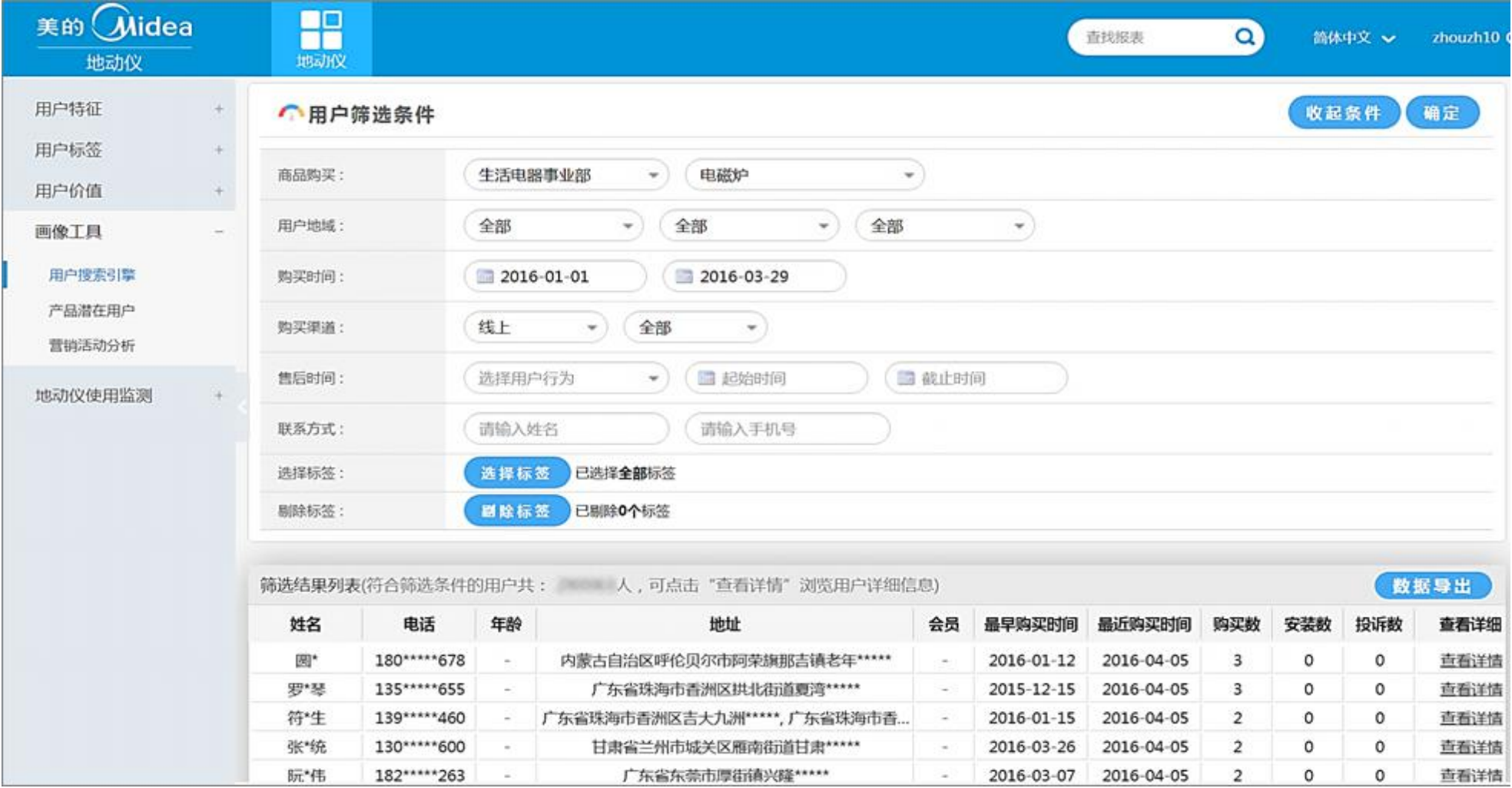
用户地域分布



用户行为特征



用户标签信息



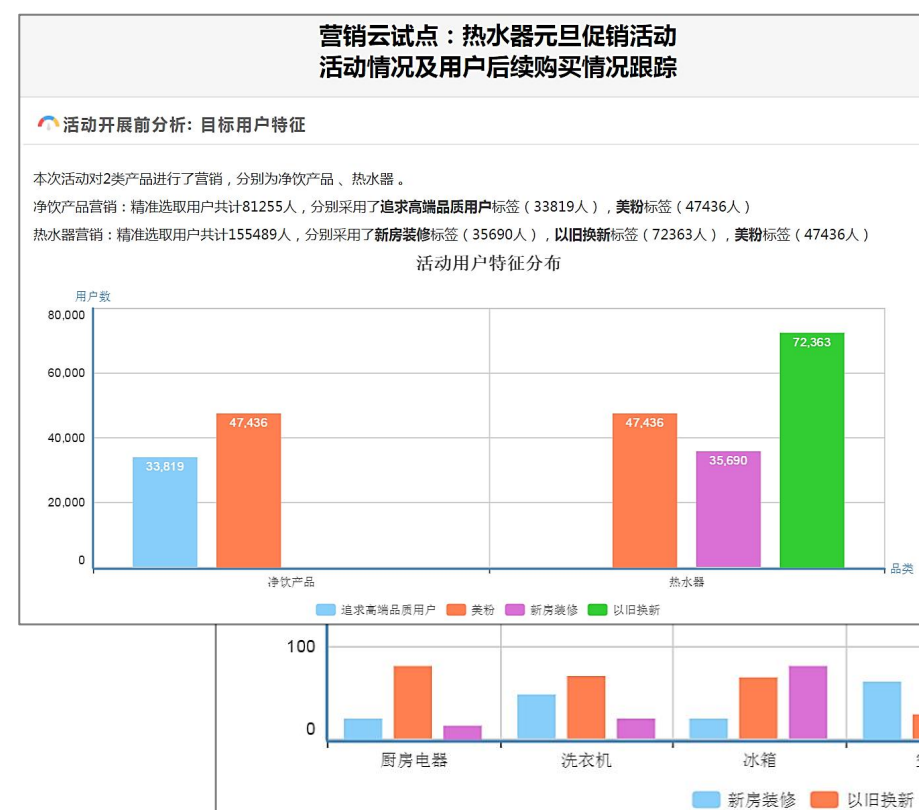
贴近用户需求，实现精准营销

运用CPC匹配模型：合适的产品 -> 合适的渠道 -> 合适的用户

CPC匹配模型+线上卡券优惠，实现线下活动线上化创新营销模式，115美的品牌日活动成交额突破10亿



挖掘潜在需求精准定位用户



营销效果可量化跟踪



由传统零售向O2O转变

①多触点发券 ③存券易使用



②领券到人 ④核券核到人

互联网化的互动营销

全面武装一线，提升服务体验

对接客服和一线导购，提供用户全景视图

客户需求提前预判，全面支撑产品精准推送和服务的准确触达

① 接待用户



② 智能识别

用户手机

返回 详细信息	
个人信息 产品信息 服务信息	
姓名:	张三
性别:	男
电话:	18620426861
收入水平:	5000-8000/月
详细地址:	广东省佛山市顺德区北滘镇美的大道美的总部B栋
购买家电价格喜好范围:	1000-2000元
个人喜好:	智能
最近浏览家电种类:	冰箱
家电功能偏好类型:	智能、性价比高

预测模型

③ 主动推荐

商品推荐		
1		产品描述: 电压力锅
		推荐星级: ★★★★★
		推荐理由: 统计模型
2		产品描述: 电水壶
		推荐星级: ★★★★★
		推荐理由: 统计模型+特定规则
3		产品描述: 电磁炉
		推荐星级: ★★★★★
		推荐理由: 商业规则

洞悉用户特征，做好产品定位

通过大数据用户画像，让产品企划更了解用户诉求及其特征偏好

火锅电磁炉(WK-2102)用户特征

个人信息

用户区域分布

用户年龄段

家庭属性

家有小孩

家有老人

工作属性

上班一族

用户收入

用户价值

高价值用户

美粉



目标用户分群

诉求1：多能型



人物标签：打工一族，随遇而安

用户特点：1. 依赖电磁炉
2. 一炉多用
3. 注重性价比

诉求2：火锅型



人物标签：火锅，吃辣一族

用户特点：主要用来打火锅
川、贵、湘等地

诉求3：轻巧型



人物标签：家庭主妇，照料一家人

用户特点：用电磁炉煮早餐，
煮牛奶，小米粥等
广东等南方沿海地域



陀螺仪：夯实企业基础数据

为企业应用和价值输出提供坚实保障

客户已覆盖**汽车、家电、能源、零售**和**代运营**行业

Hadoop & Spark | 1000TB+数据 | 500+主机 | 20000+作业



自主研发的数据基础平台

企业级数据中心，贯穿企业数据资产设计、建设、运营全生命周期

数据应用服务平台 M-DataService

盘活数据资产，保障数据安全的强有力武器

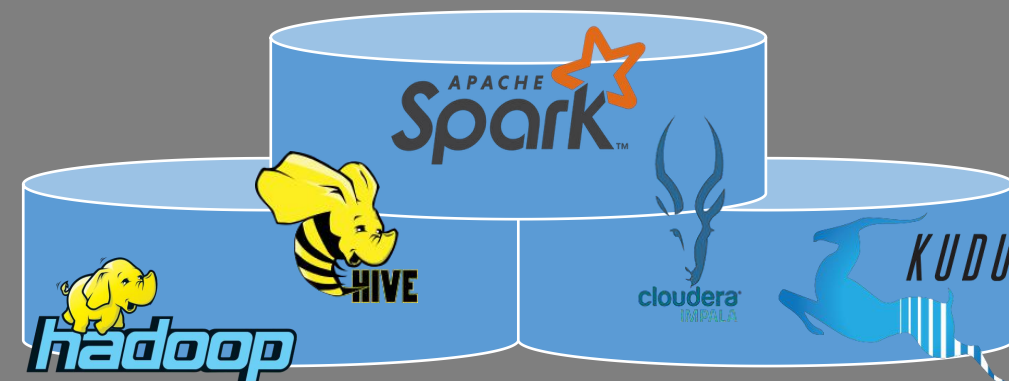
企业 调度平台

M-Scheduler

数据赋予生命

企业数据中心

- 分布式架构, 海量存储能力
- 批处理、实时流处理能力
- 并行计算、内存计算能力



元数据集成 管理平台

M-Metadata

数据成为资产

一体化监控预警平台 M-Alert

7*24日夜保驾护航的哨兵

调度
平台

预警
平台

集成
平台

报表
平台



《财富》世界500强企业的应用成果

• 应用规模

- 美的集团（世界500强）唯一核心数据仓库，金融数据集市
- 800TB+ 存量数据，日增量3~5TB
- 150台+ 物理服务器集群，350+ 虚拟机服务器
- 10大分析主题（内部数据），2000+业务报表（内部数据）
- 20000+ ETL数据处理作业，24小时不间断数据处理



• 应用范围

- 美的632系统接入，涵盖了100% 核心经营数据，40+ 内部业务系统接入，覆盖集团95% 业务系统
- 70%+ 智慧家居设备（IoT）实时数据已接入
- 全集团25000+ 注册用户，月活跃用户9500+，日活跃 1600+
- 线上和线下数据，涵盖经营、风险、效率等传统BI 应用，同时提供智能挖掘预警、趋势预判等决策支持服务



• 技术体系

- 构建了以互联网开源技术+自主研发的基础平台
- 固化了大数据知识
- 培养了一批自有大数据IT人才



服务号：数据价值敏捷触达

是企业数据运营和文化培养的武器

客户已覆盖**汽车**、**家电**和**玩具**行业

9大移动应用 | 15项智能服务 | 30+行业 | 300+份数据小品



数据产品和服务的移动化

订阅号：行业报告、通俗易懂
300+篇 | 粉丝1W+ | 阅读量4W+

经营日报：经营风险，及时监控
5项财务指标 | 每天直达管理高层

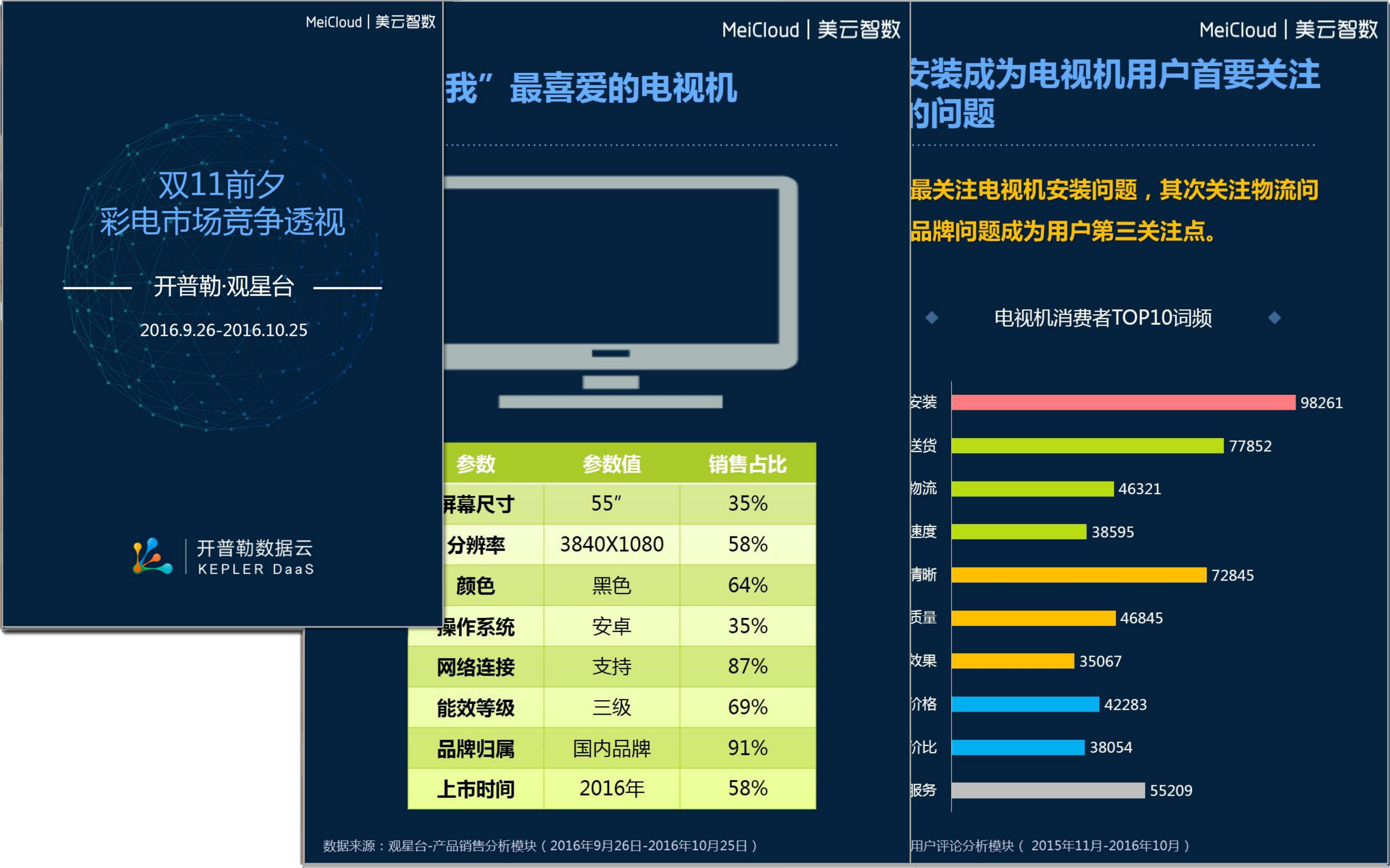


观星台：产品表现，一网打尽
10+行业 | 8大功能模块 | 30+分析维度

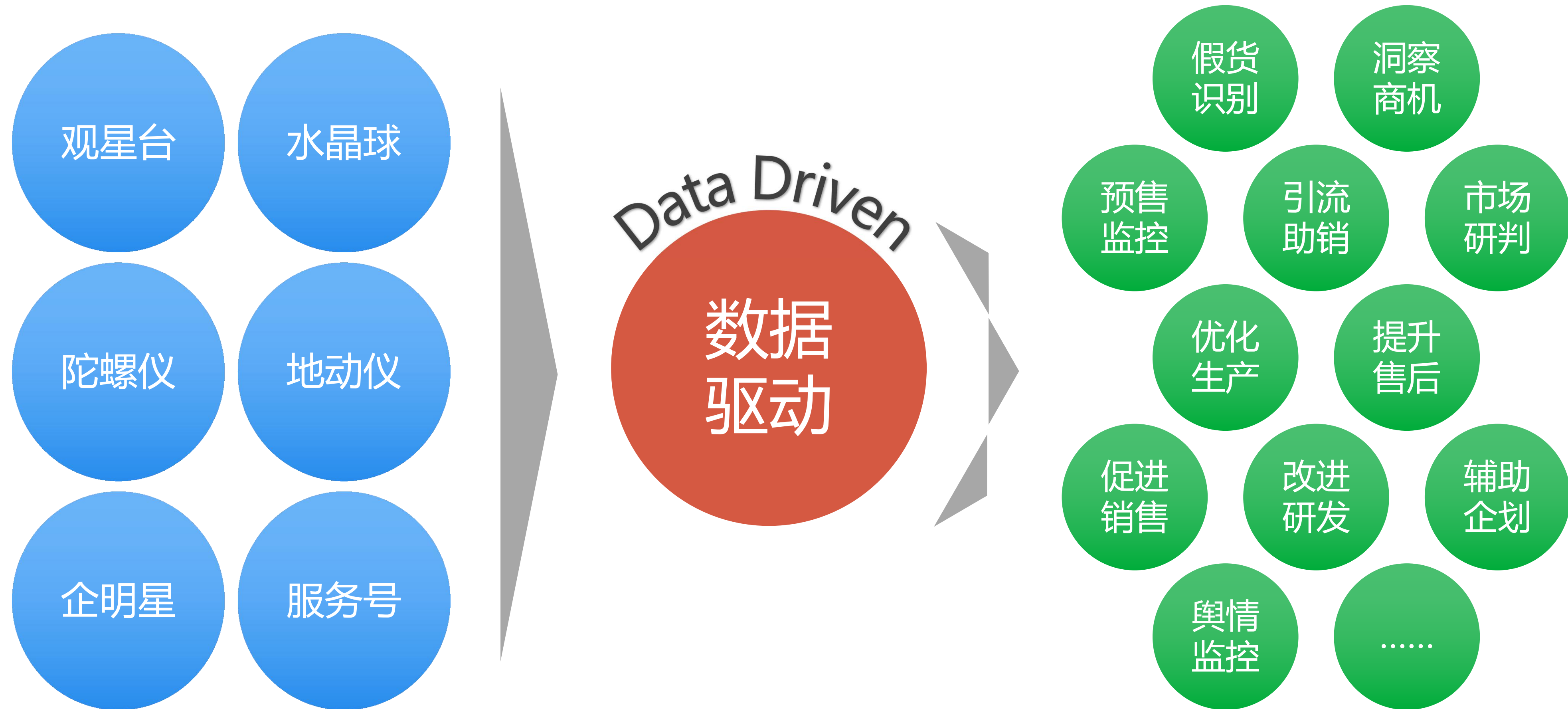
营销通：销售回款，经营尽握
多领域 | 多维度 | 实时销售指标

更多应用选择：瞭望台、风险预警、风云榜、M-Smart、经营分析.....

数据小品：行业解读，文化培养



研产销运营成果，精彩呈现

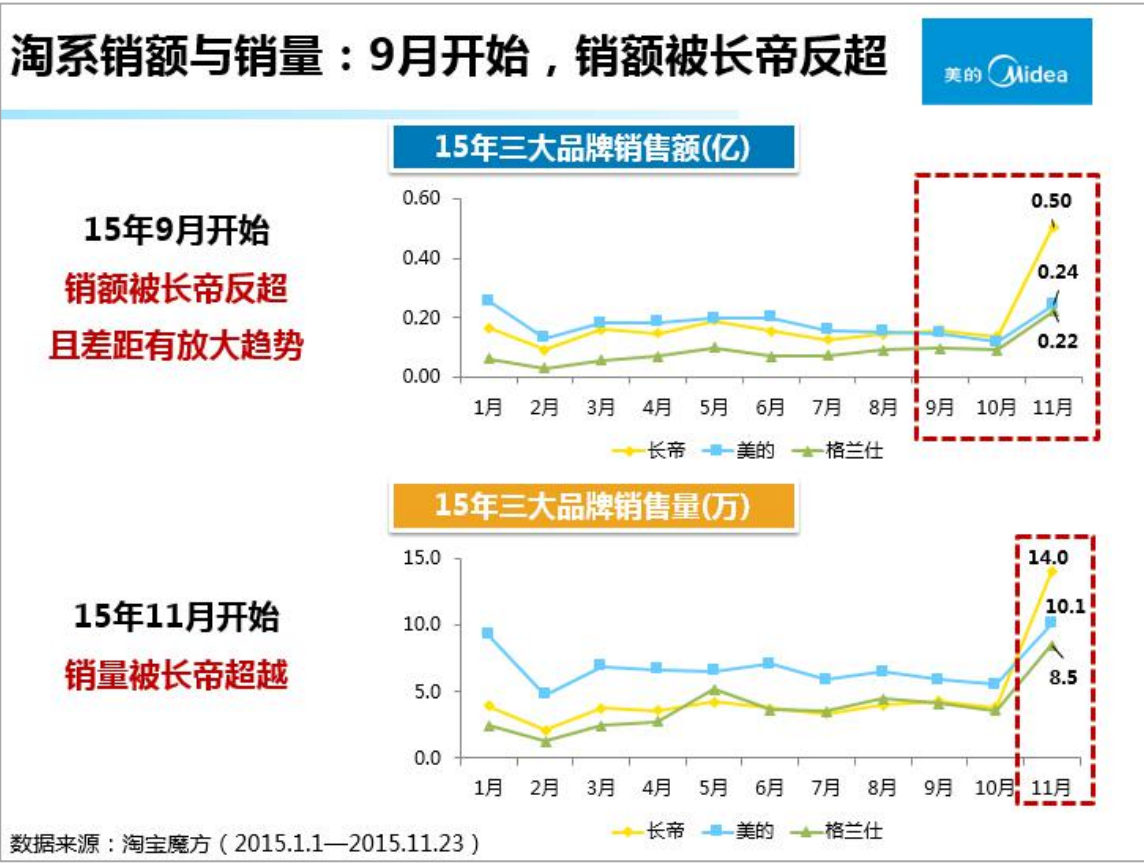


竞品对标，指明产品改进方向

剖析行业发展情况，对标竞品寻找差距，优化现有产品布局，促进产品不断改进
效果：3个月时间落地整改方案，美的电烤箱销量反超友商销量提升15%，行业第一

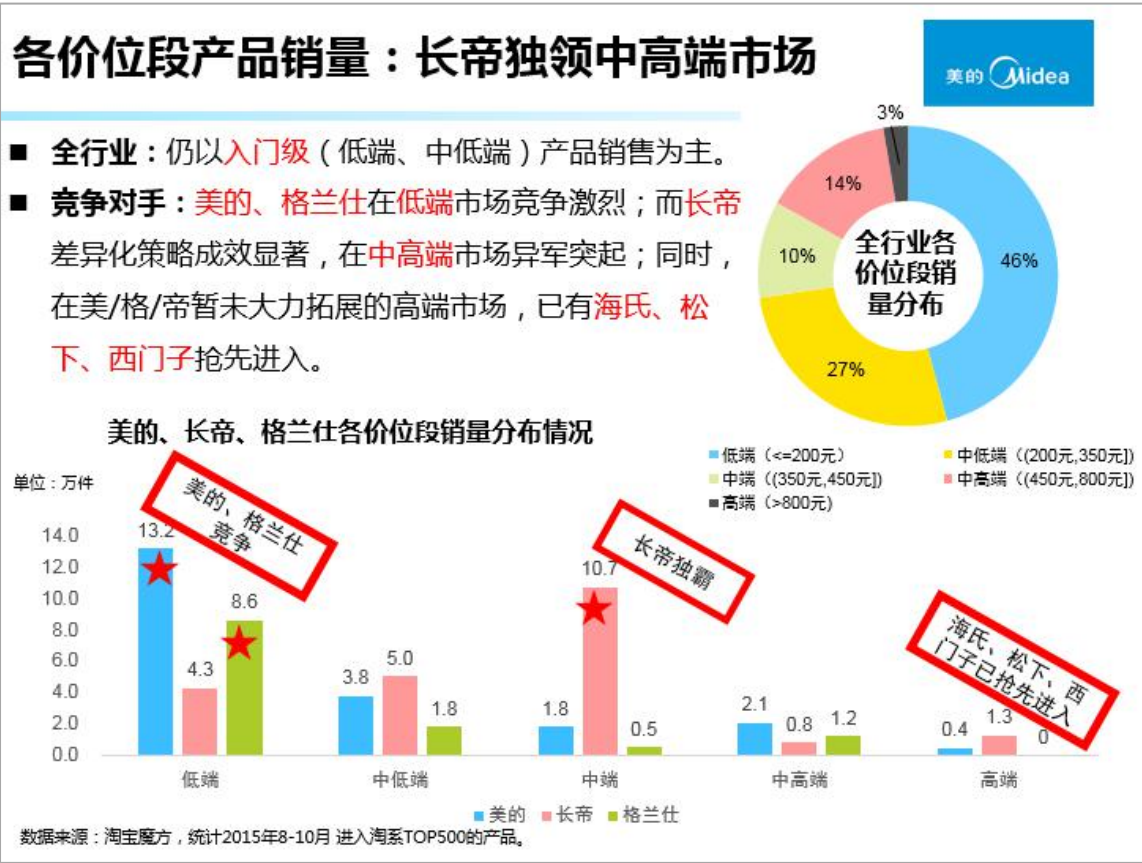


①行业格局分析



分析友商爆款电烤箱
对标美的电烤箱表现

②价位布局分析



400元价位段美的表现差
分析产品痛点和用户诉求

③产品深度对标



新款还不如友商去年款的
功能丰富，纯卖产
品，没有形成烘焙文化

④产品优化建议



- 1) 38L大容量改为32L
- 2) 主打厨房烘焙文化
- 3) 对标友商合理定价

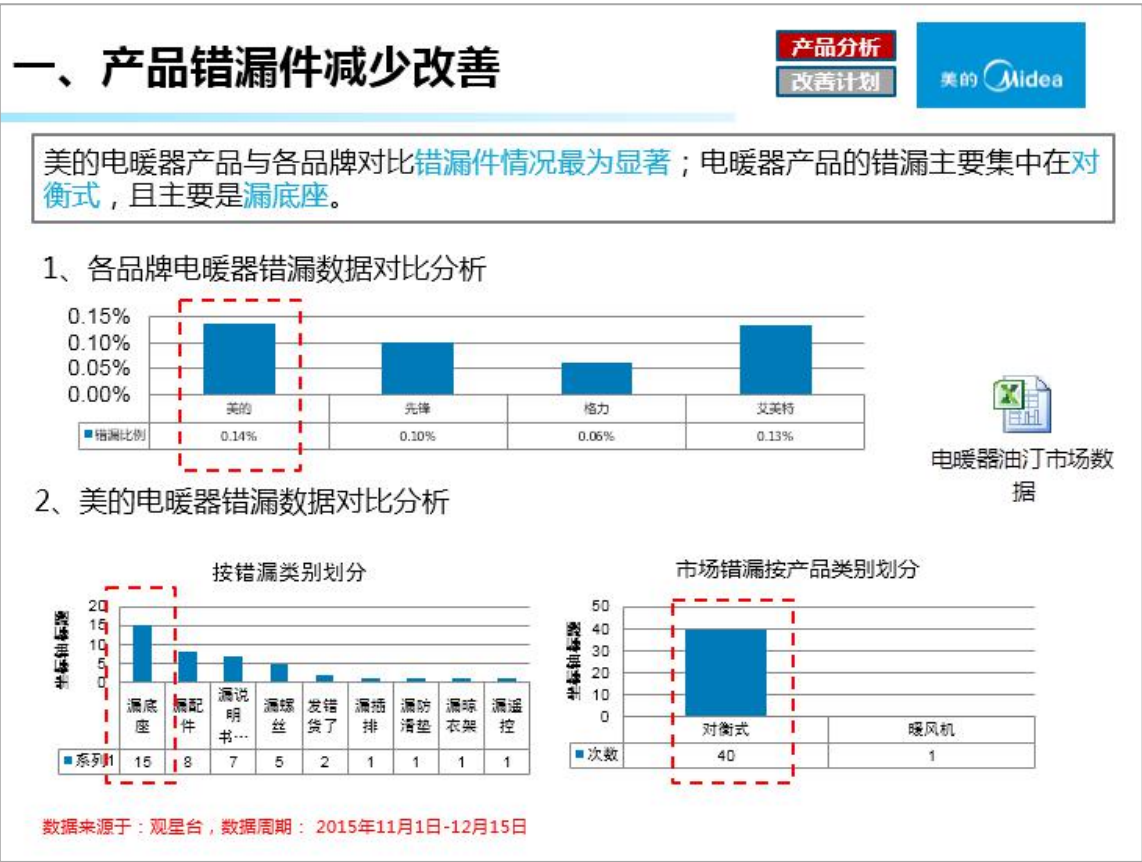
差评监控，品质提升闭环管理

对问题产品进行快速定位，分析原因并明确整改方案，并做好效果的跟踪和闭环

效果：2个月时间错漏件概率下降41%，用户满意度提升23%



①差评分析



②原因定位



③整改方案

一、产品错漏件减少改善

产品分析

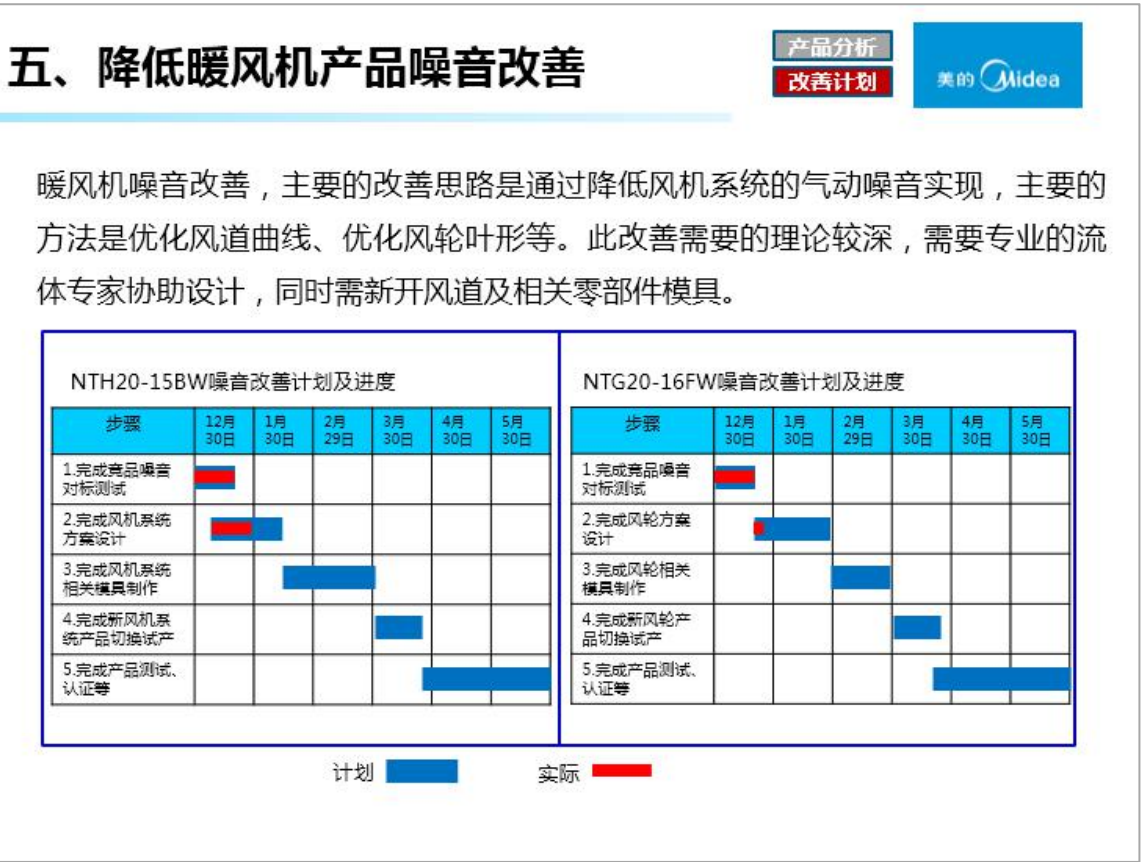
改善计划

美的 Midea

2、专项整治方案：制造过程各操作规范控制

大项	小项	岗位序号	动作	完成时间	预期达到目的	备注
油汀错漏件过程改善	附件包装、全检岗位安排	岗位一	动作一：把附件放到包装泡沫上。	2016年4月	员工放置好附件后，划线确认是否有少放、漏放现象。	附件名称：轮架板两套、U型螺杆及螺母两套、说明书
		岗位二	把整套包装附件放置到机体上端，并检查	2016年4月	在此确认附件是否齐全，防止包装岗位放好后，放置员工出现漏放少放现象。	附件名称：轮架板两套、U型螺杆及螺母两套、说明书
		岗位三	动作一：检查附件，检查时手需摸到所有的附件。 动作二：全检是否有漏装现象。	2016年4月	再次确认附件进行全检，无漏件现象，封箱，放置员工进行全检后出现漏漏，掉落现象。	附件名称：轮架板两套、U型螺杆及螺母两套、说明书
		岗位一	动作一：把轮架、说明书装在泡沫里面，放在机器上面。 动作二：放到位后划线确认	2016年4月	员工放置好附件后，划线确认是否有少放、漏放现象。	附件名称：轮架板两套、说明书
		岗位二	装整机胶袋，检查附件	2016年4月	在此确认附件是否齐全，防止包装岗位放好后，放置员工出现漏放少放现象。	附件名称：轮架板两套、说明书
		岗位二	动作一：检查附件，检查时手需摸到所有的附件。 动作二：检查无漏后划线确认 动作三：封箱	2016年4月	再次确认附件是否是否有错漏现象，封箱，放置员工进行全检后出现漏漏，掉落现象。	附件名称：轮架板两套、说明书
对称式错漏件过程改善	附件包装、全检岗位安排	岗位一	动作一：把附件放到包装泡沫上。	2016年4月	员工放置好附件后，划线确认是否有少放、漏放现象。	附件名称：轮架板两套、U型螺杆及螺母两套、说明书
		岗位二	把整套包装附件放置到机体上端，并检查	2016年4月	在此确认附件是否齐全，防止包装岗位放好后，放置员工出现漏放少放现象。	附件名称：轮架板两套、U型螺杆及螺母两套、说明书
		岗位三	动作一：检查附件，检查时手需摸到所有的附件。 动作二：全检是否有漏装现象。	2016年4月	再次确认附件进行全检，无漏件现象，封箱，放置员工进行全检后出现漏漏，掉落现象。	附件名称：轮架板两套、U型螺杆及螺母两套、说明书
		岗位一	动作一：把轮架、说明书装在泡沫里面，放在机器上面。 动作二：放到位后划线确认	2016年4月	员工放置好附件后，划线确认是否有少放、漏放现象。	附件名称：轮架板两套、说明书
		岗位二	装整机胶袋，检查附件	2016年4月	在此确认附件是否齐全，防止包装岗位放好后，放置员工出现漏放少放现象。	附件名称：轮架板两套、说明书
		岗位二	动作一：检查附件，检查时手需摸到所有的附件。 动作二：检查无漏后划线确认 动作三：封箱	2016年4月	再次确认附件是否是否有错漏现象，封箱，放置员工进行全检后出现漏漏，掉落现象。	附件名称：轮架板两套、说明书

④闭环跟进



对用户差评进行分析
得知错漏件差评率较高

对行业标杆进行对照
发现配件放置位置有隐患

1) 优化生产包装细节
2) 对产品配件进行多重检查，并责任到人

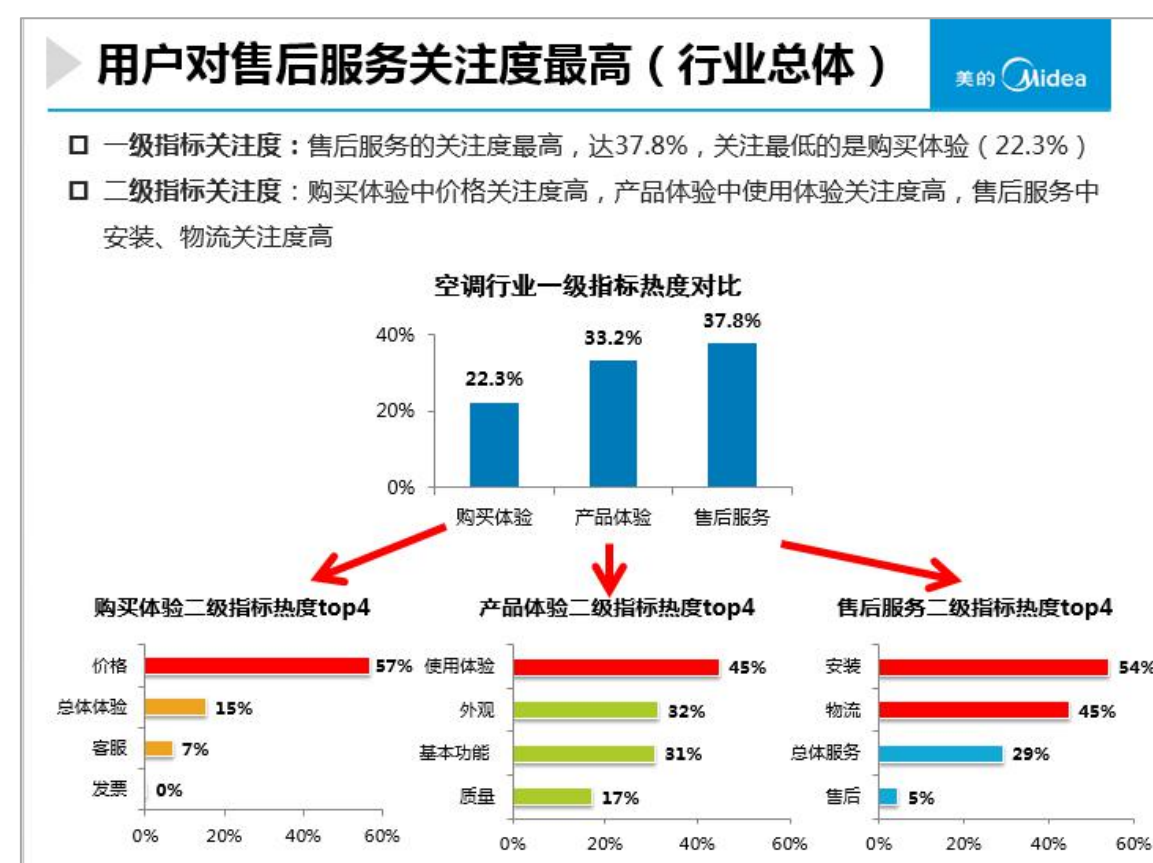
以周为单位，对油汀错漏件问题的改进情况进行跟踪和管理

售后分析，锁定短板快速修正

对产品售后各环节进行细化分析，锁定短板环节，快速修正优化
效果：明确收费和物流标准，乱收费单下降21%，物流差评率下降10%

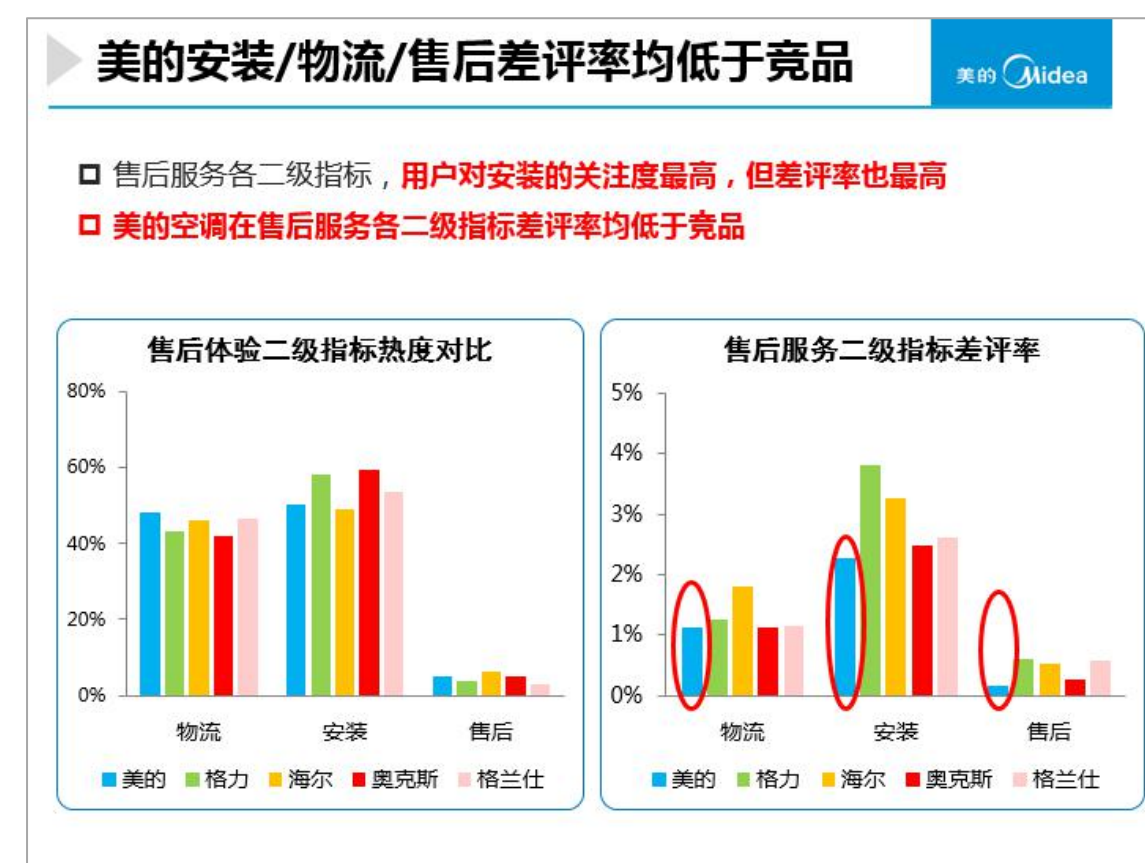


①售后痛点分析



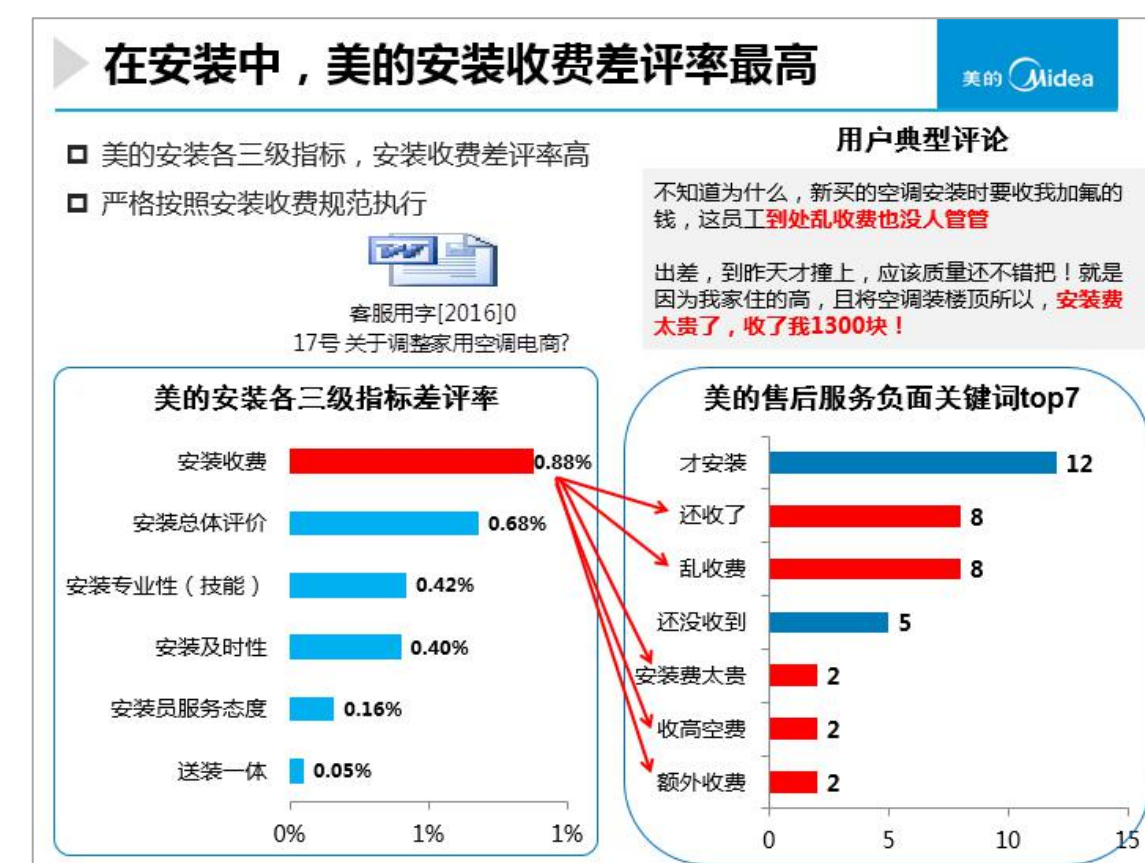
对售后各环节用户体验进行横向对比分析，锁定短板所在地方

②行业水平对标



对行业TOP3友商进行比较，对短板问题的严重程度进行合理评估

③短板快速锁定



售后差评主要集中在安装乱收费问题和物流配送慢问题

④形成修正方案



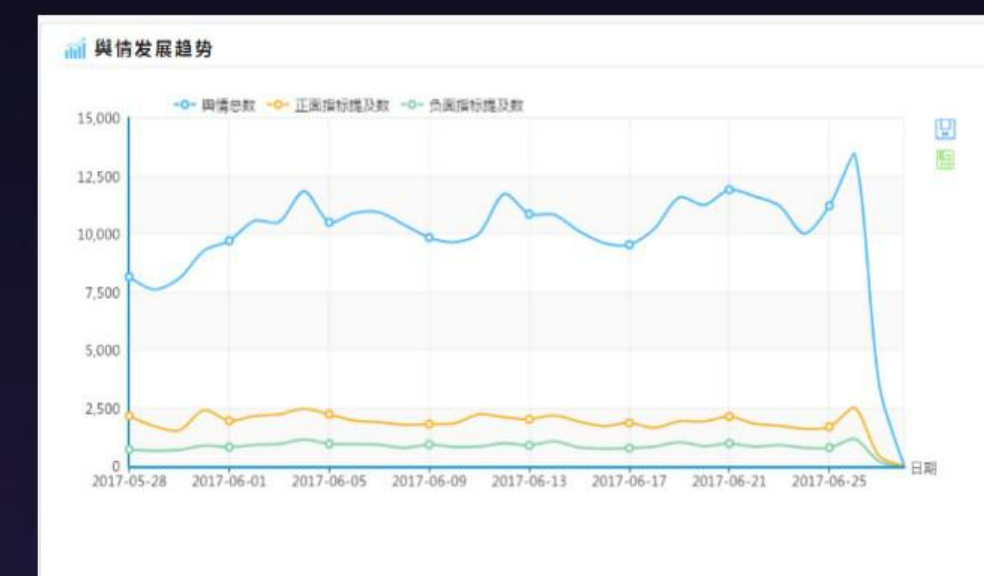
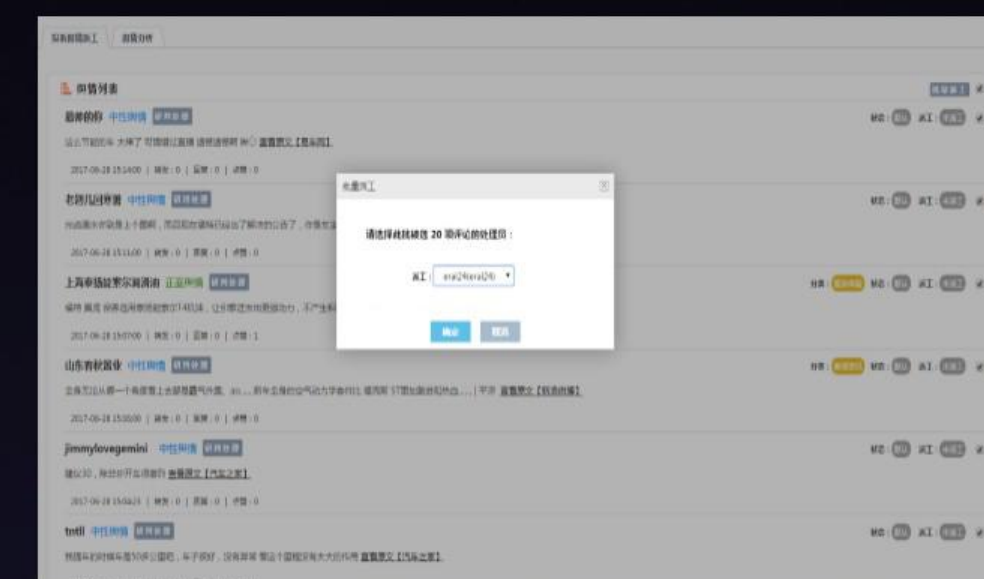
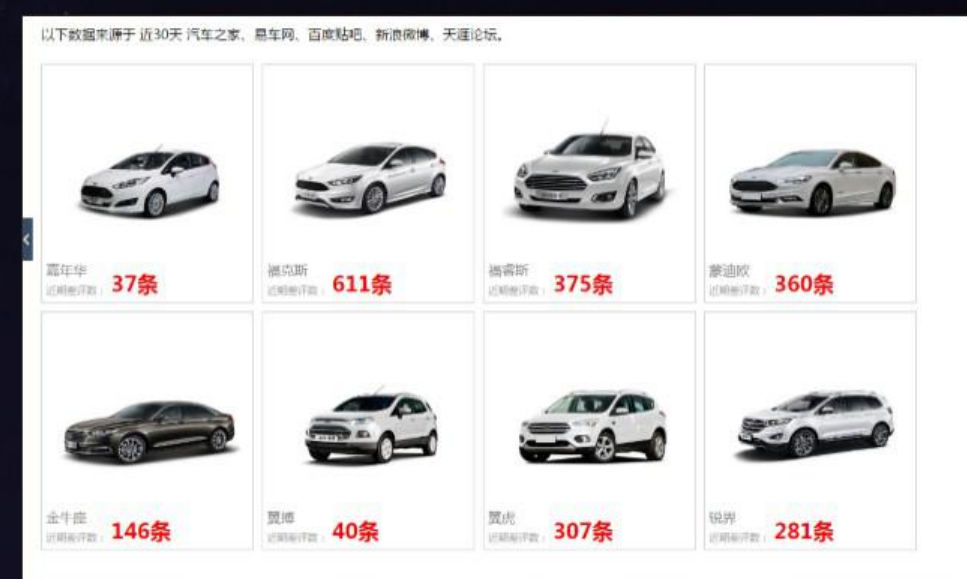
把空调安装收费标准和物流配送标准，清晰明了的放在商品文描的首要位置

行业探索，价值无限

MeiCloud | 美云智数

舆情监控：掌控全网舆情，保护企业形象

①舆情监控：实时监控互联网舆情，甄别正负面舆情



③舆情分析：对舆情发展趋势持续跟踪



数据7*24小时不间断采集
敏感信息高效分析和监视
闭环处理负面舆情

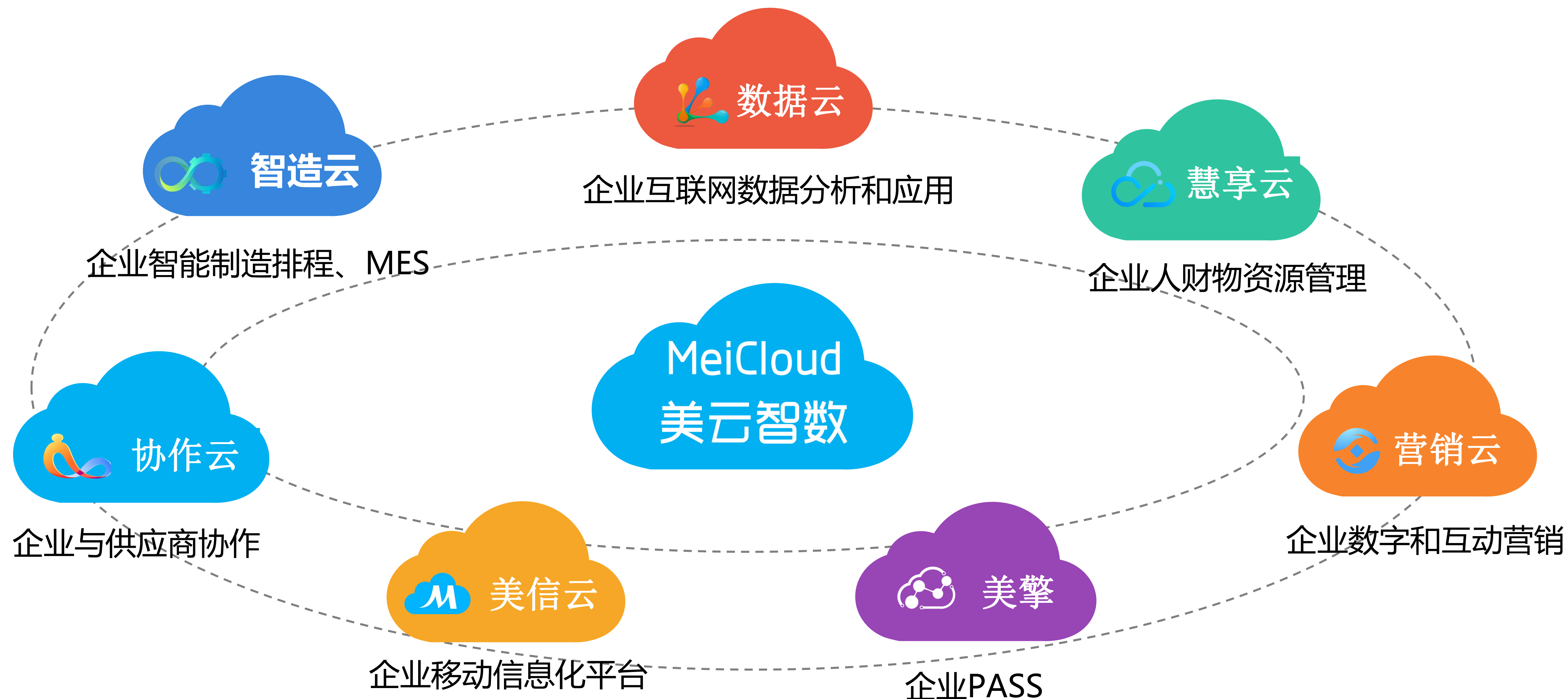
⑤舆情闭环管理

④提取用户关注点
舆情分析

负面舆情工单处理
②舆情派工

美云智数：美的集团成员单位

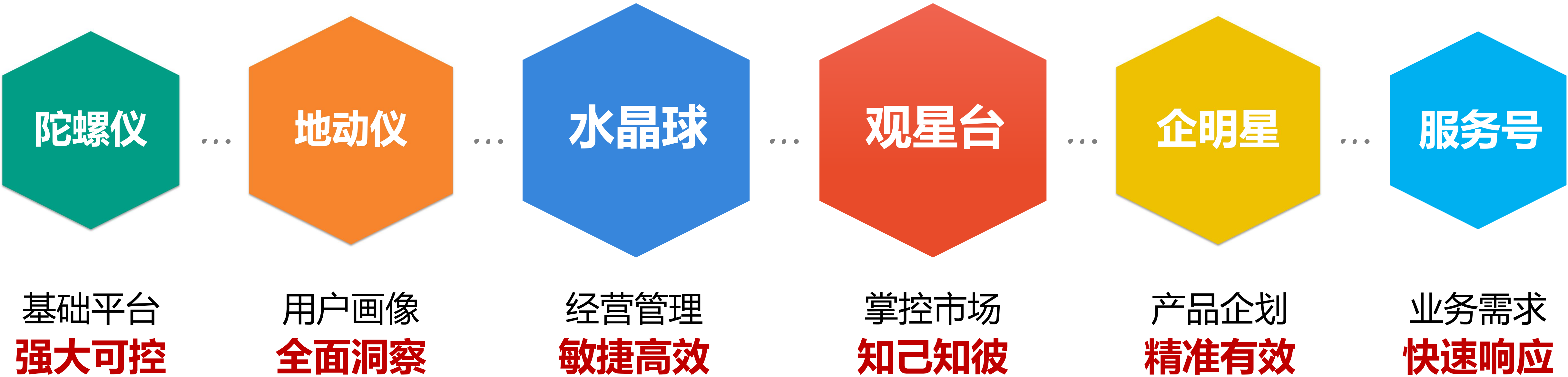
专注在企业大数据、互联网化与智能制造，更专注在适合云应用特点的产品
为企业提供全价值链云服务，推动企业数字化转型



美云智数产品体系

产品体系	产品描述	适用企业
智造云	智造MES、注塑MES、电子MES、智造公有云、排程易 为企业提供集成性制造解决方案	制造业，重点是离散制造业 工业互联网适合于大型设备
协作云	协作云 为不同阶段的企业提供灵活可配的采购寻源解决方案	泛制造业
数据云	观星台、水晶球、陀螺仪、地动仪、企明星、服务号 打造企业数据生态圈，助力企业数字化转型	泛制造业
美信云	美信云 端对端连接，打造企业全价值链移动信息化解决方案	泛制造业
慧享云	iPeople、美捷报、美擎 塑造赋能型HR/财务/IT	泛制造业
营销云	电商云、赢销汇、店商汇 提供数字化和互动式营销手段，提升营销效果	泛制造业

数据云产品：源于企业，更懂企业



开普勒·数据云

是美云智数数据云事业部（原美的流程IT大数据体系部）自主研发的大数据产品群
该体系包括观星台、水晶球、陀螺仪、地动仪、企明星、服务号等在内的系列产品

数据云客户：您的信任，是我们前行的动力

公司成立以来，数据云已签约近**20家**客户，我们的产品已成为
汽车、家电、零售、服装、玩具、卫浴、家纺、酒业、代运营等行业众多客户的选择！



帮助**美的集团**践行研产销闭环管理，为企业运营、产品改进和服务提升提供全方位的解决方案。



帮助**长安汽车**构建汽车行业7大业务领域指标体系，对互联网舆情、群体用户画像进行全局掌控。



帮助**奥飞娱乐**做好行业爆款和新品监控，竞争对手促销策略跟踪，提升经营效率和做好产品布局。



帮助**永辉超市**捕捉线上零售趋势，优选实力品牌和口碑商品，提前布局新兴细分市场，精简SKU。



帮助**步步高**提升对市场的研判能力、对自身产品和服务短板进行准确定位，提升用户体验。



帮助**安踏**掌控品牌竞争格局、市场爆款表现，标杆店铺做法和用户评论内容，提升产品销量。



帮助**九牧卫浴**电商保持并扩大市场竞争优势，做好竞品对标分析、行业爆款策略和标杆店铺对照。



帮助**匹克**电商扭转经营劣势，做好量价竞争分析，定位品牌竞争差距，针对性提升品牌市场竞争力。



帮助**美易达**实现精细化经营，为订单管理、店铺经营、产品运营和客户服务提供全面的策略支持。



帮助**艾莱依**洞察消费者心声和诉求，知晓时尚品牌优劣势，捕捉时尚元素和掌控电商大促策略。



帮助**特步**全局做好线上渠道管理，监控新品表现，防止乱价行为，杜绝假货销售，提升经营效率。



帮助**三竹**提升其在卫浴行业的代运营竞争能力、店铺经营能力和产品包装及策划能力。



帮助**五征集团**透析企业运营，帮助其作出最佳决策，全面覆盖财务、营销、供应链等核心领域。



帮助**苏果超市**精选线上大卖品类，优选实力品牌和构建商品档案库，提升企业经营效率。



帮助**多一度**掌控运动鞋服电商市场竞争格局、行业爆款表现和友商店铺策略，提升产品销量。



帮助**洋河**掌控酒业线上渠道竞争态势、研究竞争对手的热卖品和促销策略，同时定位出产品的短板。

.....还有更多客户在路上！



拥抱数据 连接用户 制造精品 塑造未来

MeiCloud | 美云智数