

# 以数据之名 用产品说话

陈宇 极光大数据副总裁

# 关于极光 中国领先的移动大数据平台

**极光** 团队核心成员来自腾讯、摩根士丹利、豆瓣、Teradata、中国移动等。公司自2011年成立以来植根于开发者服务，专注于大数据技术和研发，为企业提供高价值、高效的大数据产品和服务。



90亿+ 移动终端 

7.5亿+ 月活用户 

50万+ APP 

25万+ 开发者 

90% 手机覆盖 

# 大数据时代的两大能力





基于自身拥有的海量数据  
极光致力于以 **数据产品化**  
帮助企业提升 **效率**

# 极光的移动大数据可以做什么

为客户提供全生命周期一站式解决方案



## 客户洞察

- 竞品分析
- App 运营优化
- 提升企效



## 运营分析

- 连接用户
- 分析用户
- 提升用户粘性
- 提升 用户活跃度



## 精准获客

- 用户精准画像
- 拉新拉活
- 访客找回



## 风险控制

- 识别风险客户
- 定位特征群体



# 客户洞察

# iAudience





# 案例 - 某房地产销售代理公司 精准营销系统

360度客户视图帮助企业全面了解潜在客户需求和特征



- 案场实时采集
- 设备ID关联 – Mac Address/IMEI/IDFA
- 互联网行为分析标签
- 业务强相关标签展示
- 进一步营销行为跟踪
  - 访客登记
  - 展台选址
  - 户型推荐



# 精准获客

# 极光效果通

## 找到

- 海量数据
- 精准匹配

## 触达

- 全媒体
- 重定向

## 激活

- 智能场景
- 低成本拉活

# 案例 - 某消费电子企业 超极本 产品营销推广1 2017年 Q1

## 业务挑战

- 该系列品牌正在从高端娱乐定位转移到高端消费品牌
- 如何利用大数据技术帮助产品实现精准营销，并保证效果

## 关键问题

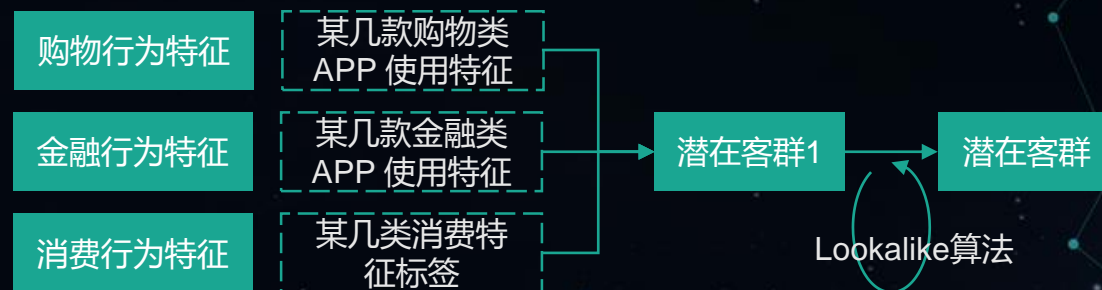
- 用什么标准来筛选精准人群
- 如何有效利用 DSP 服务商的数据能力
- 如何有效利用 DSP 服务商的媒体竞价能力
- 如何有效进行 DSP 效果评估

## 解决方案

- 利用极光数据构建精准人群漏斗模型
- 利用极光数据能力将漏斗模型中的结果进行 Lookalike 的潜在客户扩大
- 利用极光 DSP 能力进行精准人群投放
- 利用极光 DSP 能力进行投放效果评估 ( CRT )
- 根据营销活动代码由企业进行转化效果评估

## 极光数据价值

- 极光大数据从 PB 级的自有大数据平台分析得到全国范围的客户标签画像
- 极光大数据平台服务500,000+ App 服务，实现全场景的移动服务支持
- 极光大数据自有500+客户标签准确描述客户行为特征，帮助企业发现潜在客户



## 营销成果

某一天投放数据如下：

		营销数量	投放产品	曝光量	点击量	点击率	行业平均点击率	投放ROI
1	策略1	1,737,218	XXX13	1,334,088	39,996	3.00%	1.50%	20.40
2	策略2	2,000,000	XXX15	1,034,545	33,312	3.22%	1.50%	14.24
3	策略3	529,766	XXX13和XXX15	284,345	14,217	5.00%	1.50%	16.72



# 风险控制

# 极光金融反欺诈服务

客户异常行为侦测和趋势分析帮助企业预防风控，创新决策

## 身份核验

- ◆ 设备/手机号绑定关系
- ◆ 申请借款地址验真
- ◆ 识别欺诈团伙

## 贷前审核

- ◆ 黑名单
  - 逾期行为
  - 违约 ( M3 ) 行为
  - 关系圈风险行为
- ◆ 特征风险因子
  - 标准特征因子
  - 定制化特征因子 ( 联合建模 )

## 贷中监控

- ◆ 逾期违约行为跟踪
- ◆ 多头借贷行为跟踪
- ◆ 设备更换行为跟踪

## 失联修复

- ◆ 失联信息修复

# 案例 - 某金融集团的海量数据标签引入项目

## 业务挑战

- 业务创新的数据瓶颈：业务数据 V.S. 行为数据 (√)
- 外部数据市场褒贬不一，鱼龙混杂，如何选择合作伙伴
- 外部数据的合规性是否如何企业要求
- 业务创新的方向和范围：ECIF (√) & 风控模型 (√) & 产品创新

## 关键问题

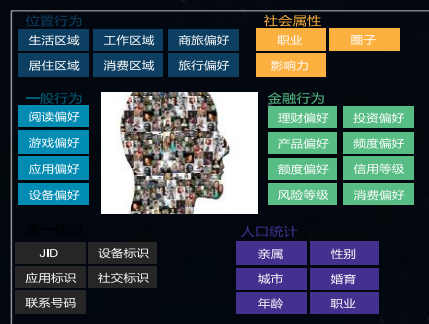
- 数据源的稳定性：自有数据源 (√) V.S. 数据交易市场
- 数据源的多样性：移动互联网数据 (√) V.S. PC 互联网数据
- 数据源的准确性：验证过的数据 (√) V.S. 来历不明数据
- 数据源的合规性：脱敏合规数据 (√) V.S. 来历不明数据
- 数据源的质量高：匹配度 (80+%) & 标签密度 (60+%)

## 服务模式

- 实时 API 调用方式，毫秒级结果返回
- 包年限量模式

## 极光数据价值

- 极光大数据服务的定位是外部合规数据源
- 客户海量标签补充：移动互联网数据 & 线上线下的数据标签补充。
  - 移动 APP 使用情况统计
  - 线上行为特征偏好标签
  - 线下活动区域分析标签
- 客户线下活动区域验证服务：双核校验客户提交资料（家庭住址和工作地址）



## 服务状态

- 从2016年10月开始正式投产
- 平均调用次数约10万次/天





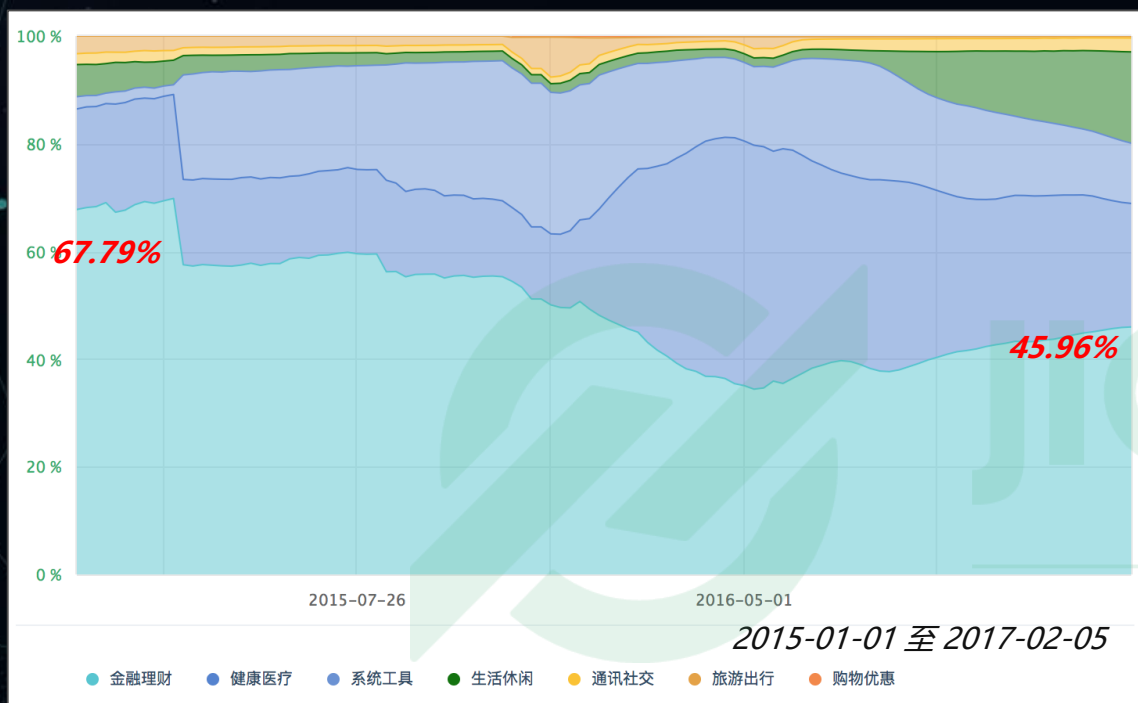
# 运营分析

# 极光行业洞察-iAPP监测平台

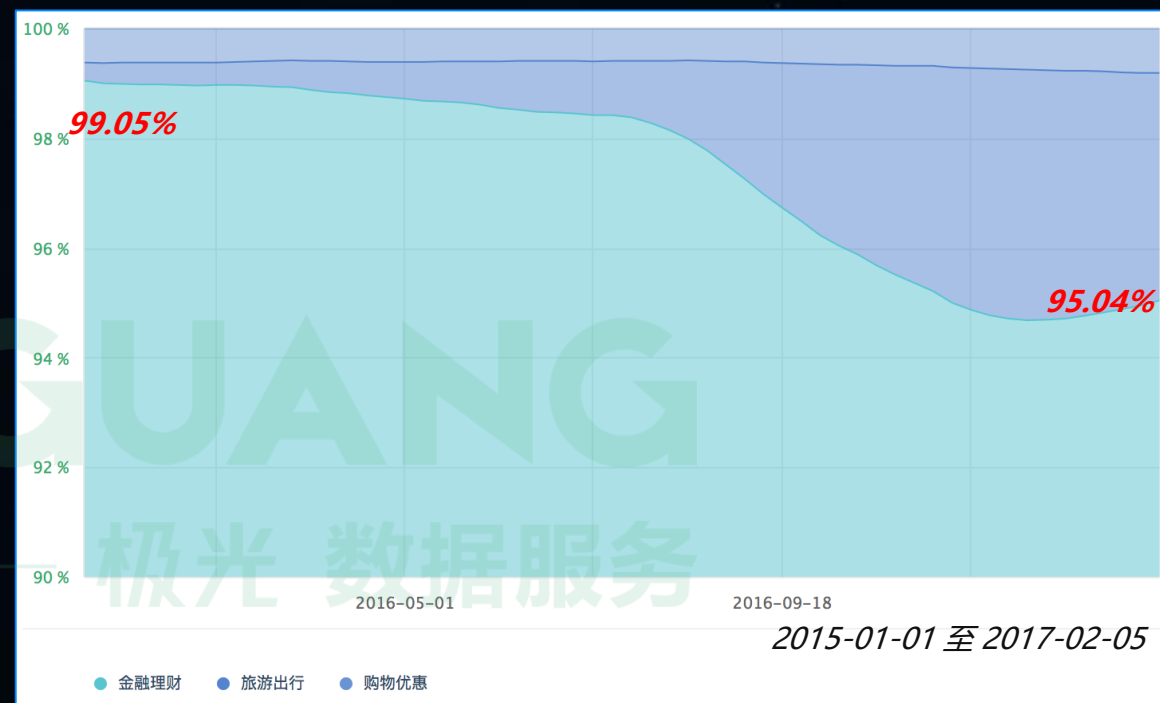


# 案例 - 金融企业移动互联网服务 布局分析

## 某安 企业移动流量趋势分析



## 某行 企业移动流量趋势分析





# 极光商业地理智能服务平台——iZone

客流



+

金流



+

信息流



=



# 案例 - 某商场的的影响力分析

**恒大悦龙台**

项目地址：郑东新区龙湖外环路与龙翔八街交汇处  
 近期开盘：2017年6月，12#开盘  
 主力户型：三房140㎡、四房160㎡  
 楼盘均价：33000元/平方米

**万科城市花园**

项目地址：郑东新区龙湖外环路12号  
 近期开盘：2016年2月开盘  
 主力户型：三房132㎡、四房160㎡  
 楼盘均价：31000元/平方米

添加对比竞品

数据来源  基本属性  工程进度  客户价值  数据版本：2017.07.01生成

## 客户来源展示

2017.06.01 - 2017.06.10



○ 恒大悦龙台 访客 ● 万科城市花园 访客

分析区域：上海 上海市 所有区县 分析维度：按县值

县/区	恒大悦龙台访客	万科城市花园访客
静安小区	546,531	345,564
松江中景	546,531	345,564
万科城市花园	546,531	345,564
培花七村	446,531	345,564
地育苑	546,531	345,564
南桥花园	546,531	345,564
环龙公寓	546,531	345,564
华佳花园	546,531	345,564
龙尚御苑	546,531	345,564
大郡盛世花园	546,531	345,564

1 2 ... 14 15

# 案例 - 某集团北京地区秋季大促活动

## 业务挑战

- 该系列品牌希望提升渠道拉新能力，提升复购比例
- 如何利用大数据技术帮助产品实现精准营销，并保证效果

## 关键问题

- 用什么标准来筛选精准人群
- 如何有效利用 媒体 服务商的数据能力
- 如何有效利用 媒体 服务商的媒体竞价能力

## 解决方案

- 利用极光数据构建精准人群漏斗模型
- 利用极光数据能力将漏斗模型中的结果进行 Lookalike 的潜在客户扩大
- 利用极光 iZone 综合渠道能力提升触达效率
- 根据营销活动代码由企业自行进行转化效果评估

## 极光数据价值

- 极光大数据从 PB 级的自有大数据平台分析得到全国范围的客户标签画像
- 极光大数据平台服务500,000+ App 服务，实现全场景的移动服务支持
- 极光大数据自有500+ 客户标签准确描述客户行为特征，帮助企业发现潜在客户

购物行为特征

位置行为特征

消费行为特征

某几款购物类 APP 使用特征

促销区域附近人群

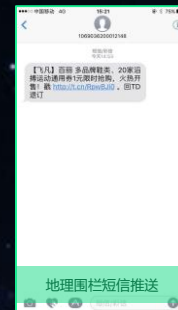
某几类消费特征标签

潜在客户群1

潜在客户群

Lookalike算法

## 营销成果



优惠券核销比例

**24.7%** 远高于平均水平

于平均水平



# 总结：大数据时代的大数据重要价值和挑战

大数据价值

大数据应用价值

大数据数据价值

大数据技术价值



因果 → 相关

抽样 → 全量

SQL → NoSQL

# 极光产品图谱和服务能力体系

## 运营管理

场景营销



### 效果通

广告服务 DSP

客户细分

效果跟踪

流量运营

服务创新

数据采集

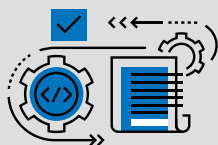
数据加工

数据挖掘

数据校准

数据交换

触点拓展



### 开发者服务

极光推送  
JPush

极光即时通讯  
JMessage

极光统计  
JAnalytics

极光社会化组件  
JShare

极光短信服务  
JSMS

### 数据服务

客户洞察

金融风控

商业地理

行业研究

iApp



数据增强

数据沙箱

## 技术支持

大数据

云服务

极光社区

END  
T H A N K S