

nEqual CDP

参选类别：年度最佳数字营销工具

简介

随着企业数字化转型的推进，消费者触点增多且数据，对于多渠道消费者数据的整合分析及跨渠道触达的要求日益高涨，为此，自 2017 年初，nEqual 恩亿科 基于此前多年的 DMP 搭建经验，融入 Super ID 和实时数据处理等模块，全面更新升级推出 nEqual CDP。

nEqual CDP (Customer Data Platform), 是以构建和提升消费者超级服务体验为核心的企业用户数据管理平台，统一来自营销、销售和服务渠道的用户数据。nEqual CDP 构建强大的数据接入、数据治理、数据建模和数据服务化的管理体系，通过 Super ID 对企业用户实现跨设备和跨平台的识别与连接，为企业一站式提升营销、销售和服务的客户体验，助力企业实现对消费者的高效管理和统一运营。

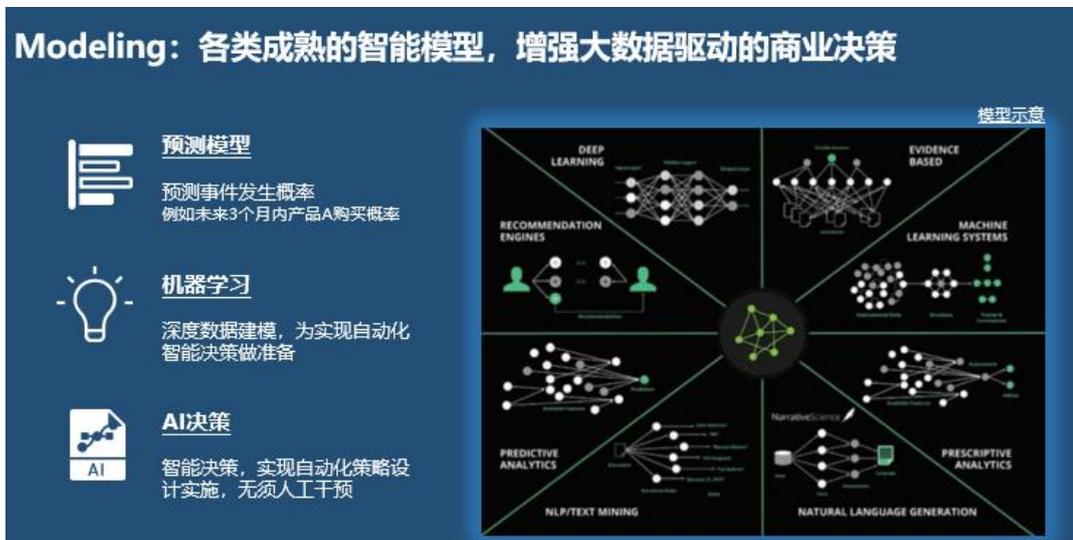
使用说明

数据整合：全面接入与管理企业前端营销、及自有消费者沟通触点、内部 CRM 等系统的多源数据；并可对接各类内外部系统进行数据录入；经数据清洗后通过 Super ID 体系实现不同维度数据的统一识别；最后可进行数据资产可视化展示。



数据治理：通过规范定义、系统管理、链接萃取等流程实现数据治理；并基于强大的异常和虚假数据过滤、数据质量监控机制，高效确保数据质量和应用效果；同时，通过与 BAT 同步的数据安全管理及应用合规标准，以及国家最高级别的等保评估安全标准，确保数据安全管理和应用无漏洞。

数据建模：结合集团 AI 大数据研究院的 AI 模型平台、workbench 工作台及众多行业 AI 专家资源，提供数据接入，数据集成、数据探索、特征工程、模型训练、模型验证等数据科学家工作环境，让数据科学家能够快速获取模型参数，高效构建、运用与迭代数据模型。



数据服务化：解决数据之“重”，将数据转为标准化服务，让企业内任何人或任何系统通过流程都能发挥出数据价值的服务，提升数据使用效率，通过横向打通数据促进业务，通过数据无缝闭环运用激活更多数据价值，并在此基础上带动整个企业的数字化转型。

应用范围

以消费者服务体验为核心的企业用户数据管理平台，统一来自营销、销售和服务渠道的用户数据。nEqual CDP 构建强大的数据接入、数据治理、数据建模和数据服务化的管理体系，通过 Super ID 对企业用户实现跨设备和跨平台的识别和连接，为企业一站式提升营销、销售和服务的客户体验，实现企业用户高效管理和统一运营。

应用实例

案例 1：实现打通线上线下的实时精准营销，大幅提升购买转化

某食品客户会员在自有 APP 浏览产品但未购买后，CDP 立即收到该会员的浏览信息，并识别出该会员是否已在官方微信公众号内绑定会员；如果已绑定，则在微信内推送会员浏览过的产品优惠券或常去门店的优惠券；如果未绑定，则通过短信发送优惠券链接。从收到会员浏览信息，识别出会员微信绑定情况，到根据预定策略完成对应优惠券的信息推送，整个过程在数秒内完成。



案例 2：提供基于用户生命周期的针对性触达策略，大幅降低获客成本和用户流失率

某在线教育客户搭建 CDP 后，根据教育行业消费者转化路径和各推广渠道运营经验，CDP 识别消费者所处的 AIPL 用户生命周期并提供针对性触达策略，如向市场团队提供线上和线下广告、内容和社交营销的洞察，促进流量到销售线索的转化；向销售及运营团队提供意向消费者沟通和培育建议，提高潜在客户转化率，降低获客成本；

评估线索质量，智能匹配客服人员，提升课程试听率：对于已注册但未试听课程的意向客户，通过 CDP 补充人群标签，按消费者交互行为和人群属性打分，分用户价值和购买意向评估用户并进行智能匹配，提升试听率如对高价值高意向用户智能匹配客服人员促进试听转化，将高价值低意向用户回流至市场部潜在客户池通过二次营销培育用户购买意向。

