



DMP市场分析与趋势展望

王学亮

研究经理, IDC China

andywang@idc.com

主要内容

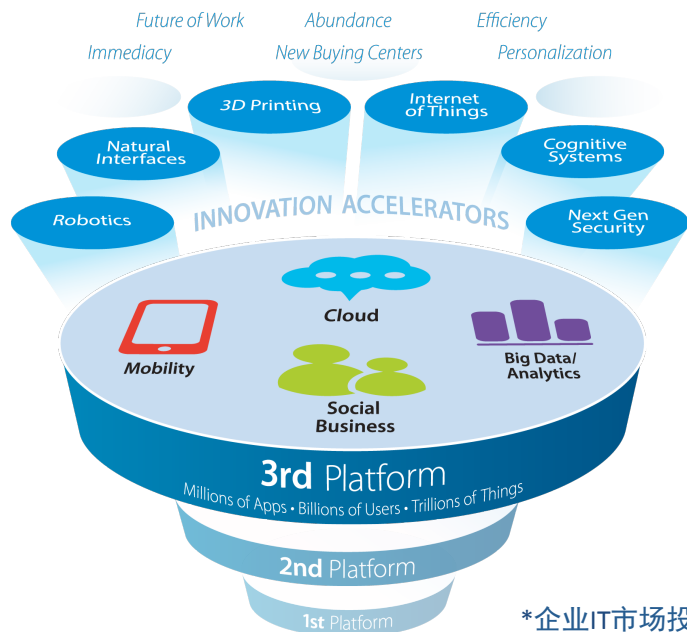
- 中国大数据市场背景分析
- DMP建设驱动力
- DMP组成与分类
- DMP选型与注意事项
- 关于数据市场
- DMP建设收益与市场展望



第三平台时代来临

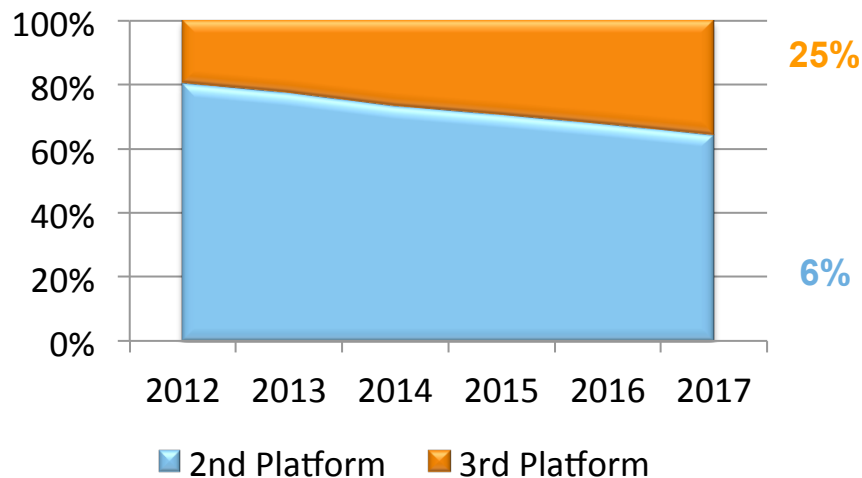


Continuous Industry Transformation



中国企业IT市场投入组成

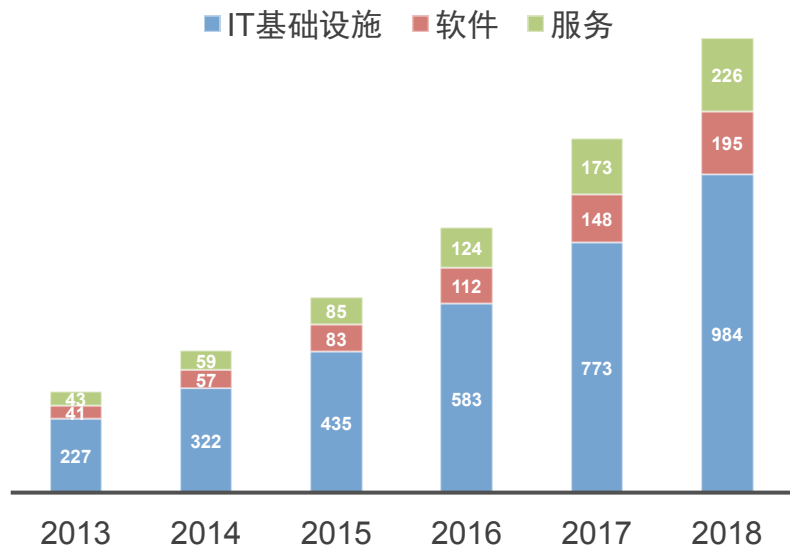
CAGR



*企业IT市场投入包括服务器、存储、网络、软件和IT服务

中国大数据市场分析与预测

中国大数据解决方案市场空间与预测2013-2018（百万美元）



CAGR
2013-2018

39%

36%

34%

1 中国大数据市场总体还处于**起步发展阶段**，主体投入还是集中在**硬件基础设施**领域

2 互联网企业在大数据应用方面走在前列；**金融、电信和政府**机构开始加强大数据建设

3 **开源和外资厂商产品**是目前市场的主流平台

4 **人才短缺和数据安全**是大数据市场发展的两大制约因素

DMP建设动因



1.行业竞争

B2C市场竞争日趋激烈，促使厂商建设能够有效分析消费者客户行为特征的数据管理平台



2.管理需要

管理者看到的数据颗粒度有限，需要扩大数据的共享范围和使用权限



3.数据治理

原始基础数据质量不高，需要进行数据清洗和预处理工作，缺乏平台层面支持



4.数据整合

需要一个数据管理平台，来整合内外部数据，实现客户粘度经营和价值变现



5.数据市场

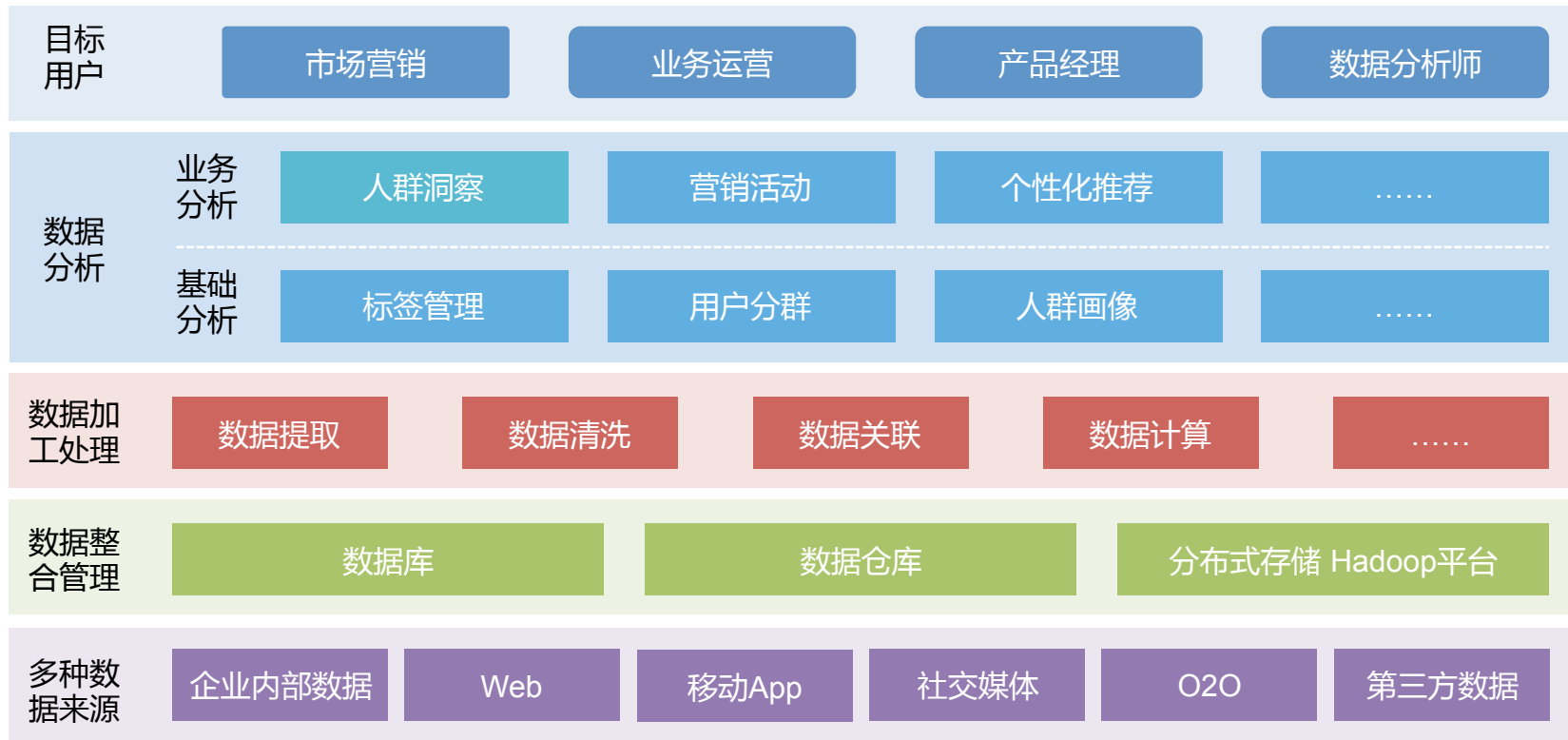
行业客户可以购置一部分数据商品，以精准分析市场动态、有效锁定目标营销客户人群

什么是DMP?



- DMP(Data Management Platform)是企业**管理、经营和消费**内外部客户营销数据的**综合技术平台**
- 能够管理**多数据来源、多渠道和多类型**（结构化、半结构化和非结构化）的数据信息，尤其是对来自于移动设备的数据的收集和整合更为精准
- 提供**数据治理、分析建模**等大数据分析类职能，统一支撑行业客户的各类客户营销和业务应用场景

DMP组成结构



DMP三种类型

数据来源

平台特点

企业DMP

- 来源于企业自身体系，数据所有权归企业自身
- 产生于日常生产经营过程之中
- 由IT系统转化而来

- 以汇总收集、管理分析、消费使用企业自有数据为主的数据管理平台就是企业DMP

广告技术公司DMP

- 广告技术公司在服务企业客户的过程中收集和存储的营销数据，属于第三方数据
- 广告主和广告技术公司共同拥有数据所有权

- 广告技术公司或者广告投放服务商内部的系统
- 仅用于广告投放和优化

数据提供商DMP

- 游离于企业自身业务体系之外的数据，如公共社交媒体信息、用户线下消费行为等
- 属第三方数据，对客户的市场营销有帮助作用

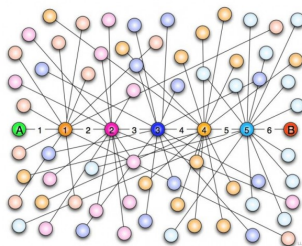
- 广义用户行为数据，有效分析客户消费特征，对于厂商获新客有很大帮助
- 第三发数据提供机构或数据市场

DMP主要应用场景

1 基础数据治理



2 定义客群和人群画像



3 开拓新客户



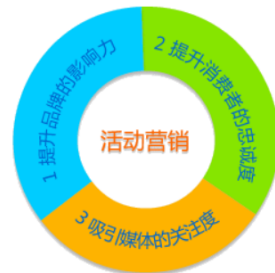
4 流失客户挽留



5 挖掘潜在客群



6 营销活动优化



DMP选型标准

厂商独立性

- 选择第三方独立厂商
- 确保数据客观性

适配具体业务

- 具备业务理解能力
- 而非单一技术平台

市场活动支撑

- 帮助行业客户有效规划、执行及评估市场活动

高级建模能力

- 分析模型建模
- 算法设计和优化

数据全面性

- 企业内外部数据
- 结构化\非结构化数据

移动App分析能力

- 全面掌握移动用户的使用行为特点

厂商合作

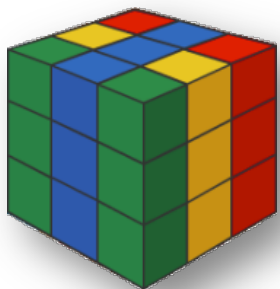
- 选择具备一定实力和品牌知名度厂商长期合作

Cloud DMP

- 提供云 DMP服务
- 满足中小企业需求

DMP实施四大注意事项

快速推进实施，根据业务线具体需求或业务场景，设定实际可操作或执行的里程碑



当一条业务线通过DMP分析模型有了效果之后，需更为深入的完善优化这个模型



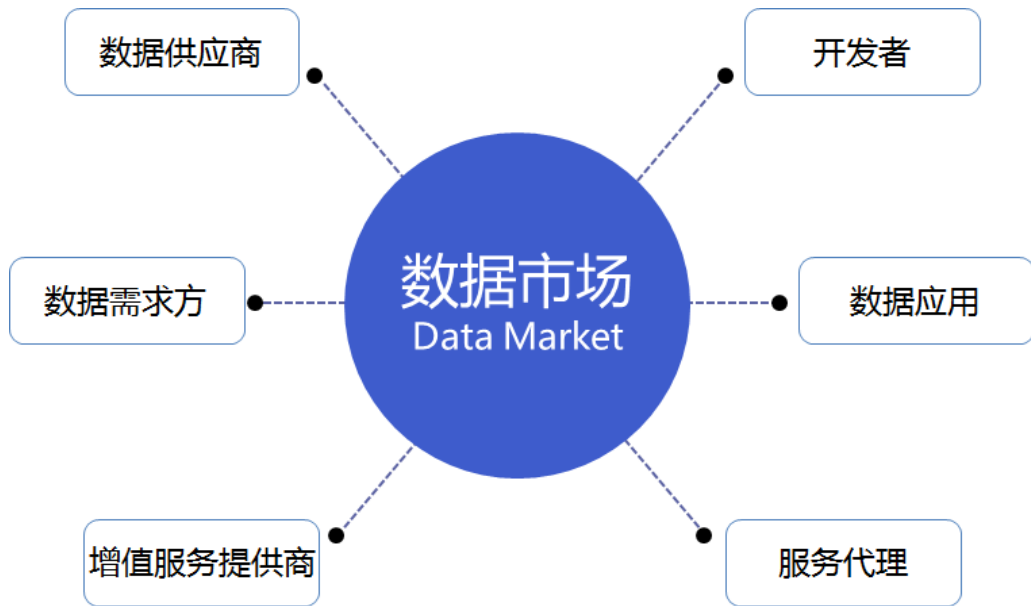
平台的推广和使用，要在组织层面提供人力保障



需要DMP厂商与客户共同合作实现数据分析，由客户主导项目团队，DMP厂商提供技术支持和数据咨询服务

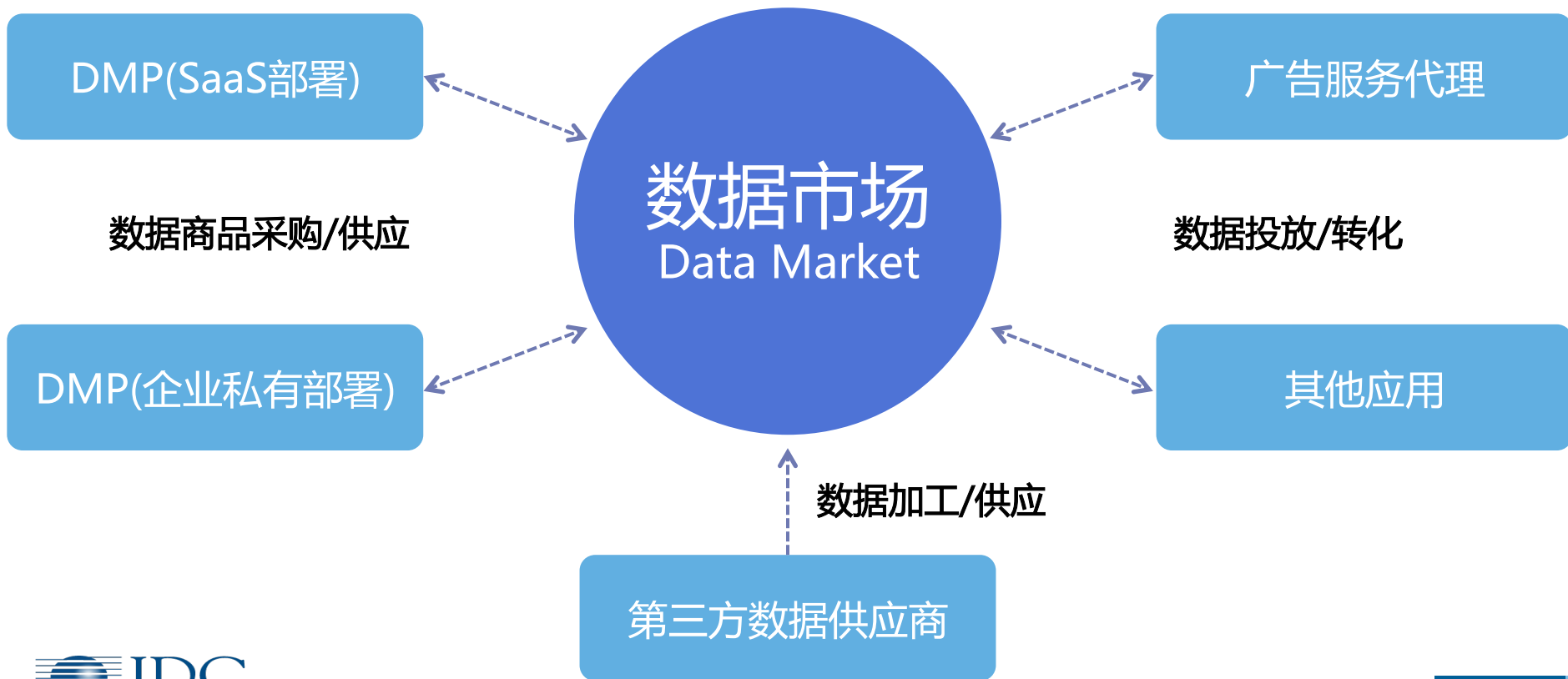


什么是数据市场(Data Market)?



- 大数据时代，数据可以作为一种**资产或商品**进行交易
- 数据市场能够在不同的行业客户之间搭建起一个**数据交易平台**，使数据可以作为商品进行**市场流通**。
- 数据市场可对这些原始数据进行初步**加工处理**，提供**高价值、合规数据**的交易支持。
- 数据需求方可以通过数据市场搜索到所需数据，通过交易采购，以帮助**企业补充、丰富其数据总量和范围**、支持企业自身业务发展。

数据市场与DMP的关系



建设DMP收益分析

- 对用户数据认知更为深刻，更全面分析用户形态和用户行为信息

洞察客户

- 针对企业外部营销推广和内部运营管理，在获新客或发展新业务时有很大参考价值

客户分群

**DMP
建设收益**

精准营销

- 大数据营销分析平台能够帮助行业客户低成本、精准地找到新客户，能够更有效推动产品或服务在目标客群的销售

优化用户体验

- 可以准确掌控用户操作行为，调整移动App的功能布局，优化移动App的操作体验，提高客户转化率

DMP平台三大发展趋势

1

- DMP目前主要应用于企业内部数据分析，未来客户希望可以通过DMP或数据市场融合更多外部渠道数据，找到更广泛的潜在用户人群

2

- DMP在行业市场的应用还处于起步状态，主要集中在金融、零售居多
- 未来3年DMP市场将爆发增长，行业客户普遍存在对客户行为以及市场动态的精准分析诉求

3

- DMP目前主要是应用在企业外部的客户营销领域
- 未来将在企业运营、风险管控、内部审计、高层决策等领域有所拓

谢谢！

IDC 分析师 王学亮

Mail: andywang@idc.com

Mobile: 18611787631

