

科达股份占据营销数据资产时代先机

互联网时代，用户的一举一动都被“数据化”，通过数据所呈现的用户搜索、消费习惯、人群分析等实现对消费者真实需求洞察，已成为现代商业创新的重要源泉。

越来越多的企业将数据作为企业一种不可或缺的生产资料来加以管理和运营，并与数字营销一起搭建DMP平台沉淀自身数据资产并实现更精准的营销触达与消费转化。

业内人士认为，大数据最大的价值不是事后分析，而是精准洞察及预测。以信息流广告为例，以数据及技术驱动型的数字营销公司如科达股份等，会通过成熟的数据标签体系精准圈定受众人群，将广告更具策略性地展示给媒体平台上的用户，高效达成转化。

三管齐下的数据管理与应用

不同于行业个体企业，在数据管理与应用上，科达股份聚齐了媒体数据资源优势、客户数据资源优势、技术储备及创新优势。

在媒体方面，科达股份紧握头部媒体资源，整合中型优质媒体流量，并保持对新型媒体流量价值释放的探索。

长期保持与腾讯、今日头条等头部流量平台的核心营销合作伙伴关系，连续四年获得腾讯铂金服务商资质，持续成为今日头条、抖音、搜狗、阿里文娱、爱奇艺、网易等头部媒体核心合作伙伴，并与包括腾讯、头条在内的多家媒体实现数据对接。



在数据投放上，2018年科达股份与超过1700家知名客户建立长期且稳定的合作，其中16家亿级收入规模的客户，形成强大的行业头部客户资源矩阵。目前已是国内最大的企业级精准营销服务平台之一，实现营业收入99.37亿元，精准营销日耗规模最高超4000万元。

在技术投入方面，2018年科达股份集成了腾讯云服务、AI技术、大数据算法等新型技术能力，结合行业客户典型业务模式及集团多年业务经验，创新运营大数据模型及AI能力实现智能化、自动化等先进产品设计思路，为实际营销业务赋能。

有观点认为，从依靠服务向更多地依靠数据和技术能力转变，是数字营销行业的明显走向。作为早期入局数字营销行业的先行者，科达股份在数据和技术上的积淀和创新已形成一种先发优势，成为其不断向上发展的核心引擎。

一站式赋能广告主

当下，越来越多的广告主期望利用大数据打通数据渠道，实现用户数据资产管理，对人群进行精准分析，并利用丰富的数字营销工具实现有效触达用户并与之互动，进而释放用户数据的营销价值。

对这样的营销需求，科达股份敏锐洞察并通过前沿的营销工具完成了实践落地。其打通了媒体和客户前后端数据，实现用户转化行为可视化分析，将广告投放转化人群通过用户画像和标签体系识别并管理起来。从而帮助行业客户深度洞察分析广告投放过程中的人群数据、创意数据、媒体数据，解决了传统广告粗颗粒度的流量匹配问题，大幅度提升广告投放效率，持续赋能行业客户广告投放。

细化到具体策略上便是，深入分析种子人群用户画像，匹配具有相似属性的行业广告主进行拓展，精准定位投放人群；分析目标用户在各媒体各资源位流量、出价等因素，帮助广告主筛选出最合适的投放媒体；基于大数据挖掘、清洗及分类/聚类算法，为广告主提供多维度渠道投放素材的参考，提升创意素材质量，优化投放效果等。

接下来，科达股份将持续与核心媒体保持深度合作，挖掘数据技术衔接行业KA客户的深度应用模式，打磨优化产品模块及用户体验，尽快实现多方数据从品牌曝光到最终效果转化的营销全流程智能化应用，打造数据管理及应用在集团业务体系中的支点作用，提升营销效率及效果，帮助广告主更便捷快速地实现用户增长及业绩增长。

建行惠懂你APP

中国建设银行 建设美好生活

懂你所需 贷你所想

建行惠懂你App
立即下载



中国建设银行
China Construction Bank

北京市分行

客户服务热线：95533
网址：www.ccb.com

