

数据表

ORACLE 市场营销日常商务智能

Oracle® 市场营销商务智能 (Oracle® Daily Business Intelligence (DBI) for Marketing) 是一套针对营销管理人员和高级管理人员的交互式自助管理报表解决方案。市场营销商务智能为用户提供每日洞察的能力,使他们可以深入了解诸如“销售线索产生”、“销售线索转化为销售机会”、“营销预算”、“营销活动带来的收益”及“营销投资回报率”等重要方面的营销绩效。市场营销商务智能帮助管理人员协调营销和销售部门的工作,并评测营销绩效对企业最终收益的影响。日常商务智能是 Oracle 电子商务套件的一部分,后者是为了将你的企业转变为电子商务企业而设计的一个集成化应用程序套件。

了解并改进营销绩效

当今,管理人员和营销经理不仅希望获得其部门中各个营销活动和计划的绩效信息,而且希望获得其部门整体营销绩效信息——即所有营销活动和计划的整合信息。

经理们需要这些信息是准确、及时而又可据此采取行动的,只有这样,它们才能够用来更好地管理他们的营销工作。市场营销商务智能为其客户提供的正是这种信息。通过使用市场营销商务智能,企业可以立即提高其营销工作的效率。

市场营销商务智能提供了一套综合的带有行动细节的日常关键营销绩效指标,以及多维比较分析功能。其最终结果是你可以获得一套功能丰富的管理报表解决方案,它提供对整个企业、产品类别和各销售小组发展趋势的无可比拟的洞察力,并能够随着时间的推移,提供各个时期的绩效比较信息的发展趋势。

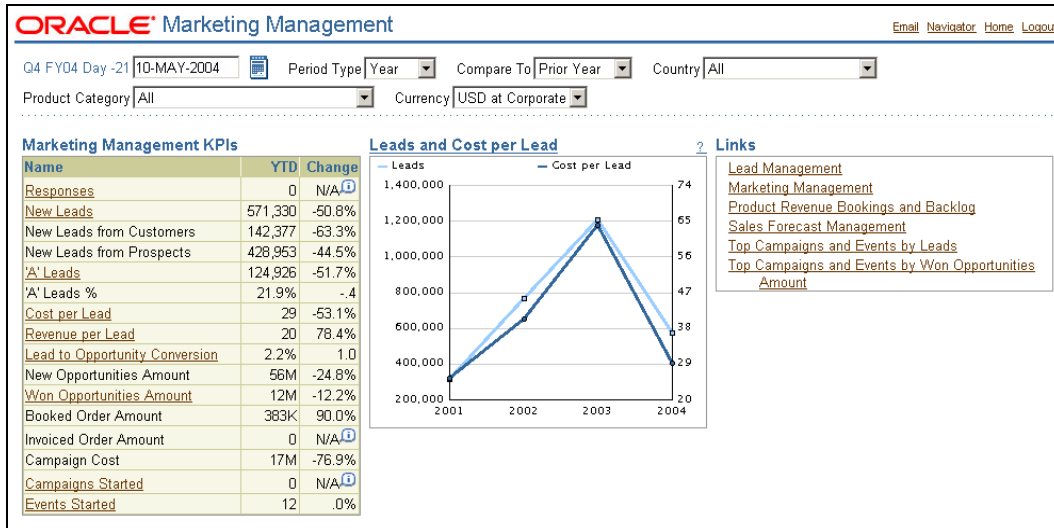
市场营销商务智能是封装好的业务分析智能工具,它为你提供日常可视能力,以便积极监视“销售线索的产生”、“销售线索转化为销售机会”、“营销预算”、“营销活动带来的收益”及“营销投资回报率”等各个方面。

通过日常可视能力提高营销工作效率

市场营销商务智能使用户能够发现工作效率方面的瓶颈问题。用户可以通过 HTML 页面、通知和预警功能获得每日报表(见图 1)。使用任何普通的互联网浏览器,便可以将这些 HTML 页面插上书签,这样绩效信息便唾手可得。这些信息可用于发现和纠正绩效瓶颈问题,并创造更高的营销工作效率。

用户能够:

- 使用各种维度的视图分析绩效趋势,以发现存在问题的领域。
- 将现有绩效趋势与前一阶段的绩效趋势进行对比。
- 使用历史绩效趋势数据来计划未来目标。



(图 1) 单一页面上的关键营销绩效信息。

优化营销开支

用户可以使用市场营销商务智能页面来设置最低投资回报率阈值，然后逐步增加能达到该投资回报率阈值的营销活动资金。当营销活动预算申请提交上来以后，用户可以浏览“营销预算使用情况”与“营销活动投资回报率”报表，来决定是批准该预算来保持为该活动提供资金，还是如果达不到最低投资回报率阈值的话就停止进一步执行该项营销活动。这允许用户借助来自 DBI 报表的信息，优化营销开支决策。

使“营销活动带来的收益”最大化

市场营销商务智能每日自动从事务处理系统收集信息，并逐步更新这些信息，来为决策者提供带有“营销活动带来的收益”信息的所有接触点的视图，而其中数据的滞后时间几乎为零。用户可以量化、评测和跟踪诸如目标受众计数、响应率、销售线索、“A”线索、销售机会、预订订单和已经开具发票的订单等关键营销指标。一些附加报表每日监视营销活动绩效，并及时采取行动，以做出重要的业务决策和确保营销活动获得成功。

Oracle Campaign to Order by Campaign Hierarchy

Q4 FY03 Day -8 23-Dec-2003

Name: Business to Business Marketing Campaigns

Product Category: All

Name	Type	Targeted Audience	Responses	New Leads	'A' Leads	% Leads Converted to Opportunity	New Opportunites	Booked Order Amount	Invoiced Amount
"Accessories" Printer Campaign	Campaign	2,751	1,500	256	253	99.22%	255	267.90	
Product Category		2,751	1,500	256	253	99.61%	255	267.90	

Links

Export Personalize Printable Page

Copyright © 2000, 2002, Oracle Corporation. All Rights Reserved.

深入到细节信息

快速评测营销效果

用户可以分析活动投资回报率、成本、收入预测及实际收入。此外，他们还可以分析一个营销活动相对成功之处，并运用这些信息做出有关其各种营销活动的明智决策。企业用户通过对比营销活动的实际收入和预测收入，可以评测某个活动是否很好地达到了其目标，并优化营销开支（见图 2）。

Campaign	Type	PTD Cost	PTD Booked Amount	Total Cost	Total Booked Amount	Total ROI	Cost Forecast	Booked Amount Forecast	ROI Forecast
Consumer Promotion Program	Program	246.6	6,563.2	2,384.9	8,078.5	238.7%	11,787.2	17,664.3	49.9%
Business to Business Marketing	Campaign	56.3	0.0	750.0	0.3	-100.0%	750.0	1,500.0	100.0%
Grand Total		302.9	6,563.2	3,134.9	8,078.8	157.7%	12,537.2	19,164.3	52.9%

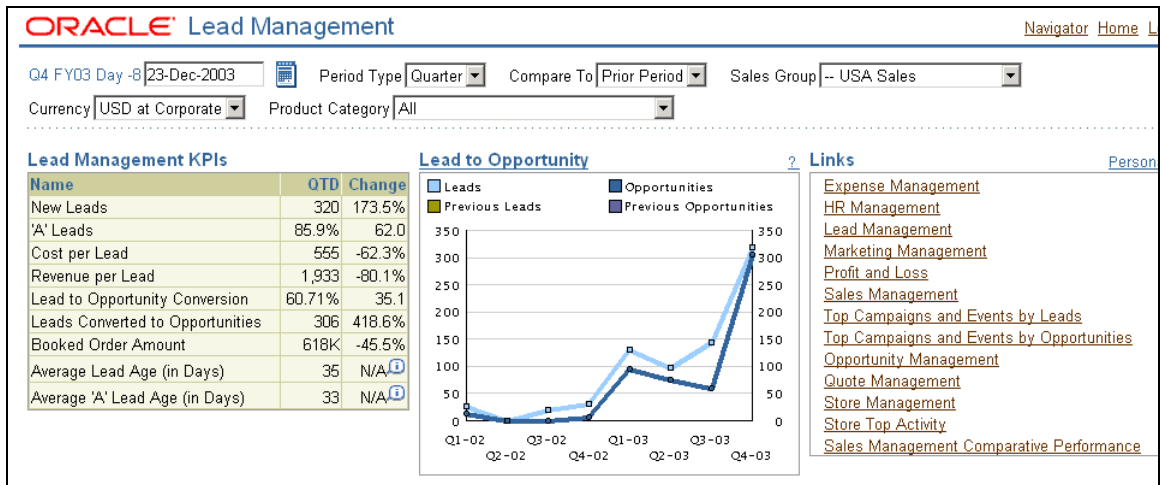
Currency amounts in thousands

(图 2) 快速分析营销活动效果。

协调营销部门与销售部门的活动，提高工作效率

市场营销商务智能的“线索管理页面”（见图 3）使营销管理人员能够按照销售小组来访问线索转化趋势。这些信息可以用来更好地协调营销活动与销售活动。例如，营销管理人员可以跟踪哪个销售小组正在努力促成哪种产品类别的线索转化为销售机会，——然后使用这些信息为该销售小组创建营销活动。

销售管理人员可以按照销售小组浏览新的线索信息，并获知来自营销小组的线索中百分之多少是优质线索，以及各个销售小组在转化这些线索方面成功率如何。该“线索管理页面”回答诸如“线索转化率降低是由于线索质量差，还是由于无法将线索转化成收入？”等问题。



(图 3) 跟踪线索从创建到转化为收入的全过程。

按销售小组评测线索活动

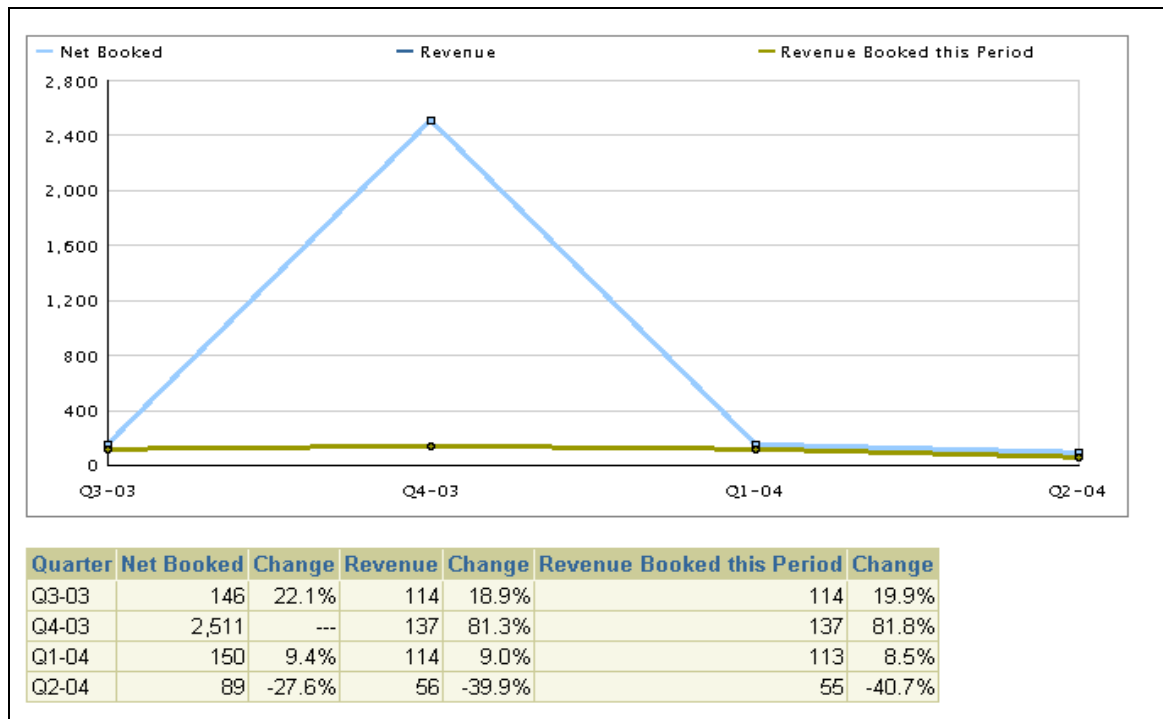
市场营销商务智能允许销售和营销管理人员在线索通过销售管道时，对这些销售线索进行分析。用户能够进一步分析影响线索活动的因素。

- 将现阶段的线索活动与前一阶段或去年同一阶段的线索活动进行对比
- 按照产品类别、客户类别、线索来源和销售小组来查看线索活动趋势
- 查看线索活动的状态（即等待转化的线索、新的线索、废弃线索、已结束线索、已转化的线索和没有联系人的线索等）
- 研究每周、每月度、每季度或年度的趋势数据
- 每日跟踪有关线索质量和线索期限

评测营销活动对最终收益的贡献

市场营销商务智能使得用户能够评测营销对企业收入的影响（见图 4）。市场营销商务智能提供了两种评测方法。直接影响和间接影响。在直接影响方面，市场营销商务智能测量出在所有已结束的交易中有百分之多少的交易是由营销活动促成的。在间接影响方面，市场营销商务智能将某段时间内的营销活动和相应的产品收入趋势结合在一起，用以研究某款产

品营销活动的增加与产品收入趋势之间的关系。



(图 4) 了解营销活动对企业绩效的影响。

从汇总信息深入到事务处理数据

市场营销商务智能提供对综合汇总信息的可视能力，以及轻松导航到构成汇总信息和关键绩效指标的特定事务处理详细数据。因此营销管理人员能够快速而轻松地发现和查看汇总信息背后的特定事务处理数据，以回答有可能提出的问题。

与其他 DBI 页面的集成

市场营销商务智能可以轻松与其他 Oracle 日常商务智能页面集成，使得用户能够全面了解整个企业机构的运营情况。其他有关的 DBI 页面还包括销售管理、财务管理、服务管理和供应链管理等。

开箱即可布署

市场营销商务智能可以直接而又非常轻松地进行实施。它利用了现有 Oracle 应用程序，如 Oracle 市场营销或 Oracle 销售管理中的设置和条件。其结果是用户可以获得一个简化报表解决方案，它几乎可立即被用于为企业提供每日的评测结果。

Oracle 电子商务套件——完整集成的解决方案

Oracle 电子商务套件使企业能够有效地管理客户过程、制造产品、按订单发货、接收货款等，所有这一切都是通过构建在一个统一的信息结构上的各个应用程序来完成的。这个信息结构对企业的客户、供应商、员工、产品，即企业的各个方面，提供单一的定义。无论是实施一个模块还是整个套件，Oracle 电子商务套件都使你能够在整个企业范围内共享统一的信息，从而在更好的信息基础上做出更加英明的决策。

主要特性

分析营销开支

- 分析某项营销活动的总开支或所有营销活动的总开支
- 监控营销预算和营销预算类别
- 将营销预算的使用情况与已批准的预算进行对比
- 按营销渠道、产品类别、活动、地区和国别对开支进行分析

跟踪营销对“赢得机会”的影响

- 评测所有“营销活动带来收益”的各个接触点
- 发现营销对总赢利机会的影响
- 观察随着时间的推移影响收益的趋势

跟踪营销对收入趋势的间接影响

- 分析针对某款产品的营销活动
- 确定该款产品的收入趋势是否在提升
- 观察随着时间的推移趋势的发展

协调营销和销售举措

- 使用线索管理关键绩效指标来跟踪协调效果
- 获得各个销售小组的线索活动绩效信息
- 获得各个销售小组的线索转化绩效信息
- 获得各个销售小组的线索期限信息
- 创建对销售需要有洞察力的营销活动

从综合信息深入到这些信息来源的事务处理数据

- 从高级别综合信息入手,深入到最细粒度级别的事务处理数据
- 确定哪一项事务处理对关键绩效指标作出了贡献
- 完成从综合信息深入到详细数据的整个过程

对比分析

- 观察周度、月度、季度或年度趋势信息
- 对各部门和商品进行对比
- 将当前的绩效与前一阶段或去年同期的绩效进行对比

每日汇总与营销活动的个性化

- 数分钟之内便可以获得带有每日汇总信息的每日报表
- 通过定制的相关链接立即访问智能报表和应用程序表单

支持你业务的灵活地

- 使用预先定义的关键绩效指标来跟踪管理目标
- 对各运营单位和商品执行安全性机制
- 从一个单一的实例收集信息,以获得全企业的采购信息的视图
- 使用共同的尺度从多种业务角度分析数据

<p>市场营销日常商务智能关键绩效评测指标</p> <p>用于跟踪营销工作效率的评测指标（营销管理关键绩效指标）</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● 响应——产生了多少响应？ ● 新线索——产生了多少线索？ ● 来自客户的新线索——从现有客户当中产生了多少线索？ ● 来自潜在客户的新线索——从潜在客户当中产生了多少线索？ ● A 级线索——A 级线索的数量有多少？ ● A 级线索的百分比——新线索当中百分之多少的线索是 A 级线索？ ● 已开始的营销活动——本时期内开始了多少营销活动？ ● 开始的事件——本时期内开始了多少事件？ ● 营销活动成本——总体营销开支是多少？ 	<ul style="list-style-type: none"> ● 每个线索的成本——平均说来，每个销售线索要花多少成本？ ● 每个线索的收入——平均说来，每个销售线索带来多少收入？ ● 从线索到销售机会的转化——从销售线索到销售机会的转化率是多少？ ● 新机会总额——销售线索创造销售机会的总额是多少？ ● 赢得机会的总额——本时期内赢得的销售机会的总额是多少？ ● 预订货物总额——预订货物总额是多少？ ● 开具发票的订货总额——开出了多少总金额的发票？
<p>营销管理报表</p> <p>这些报表提供关键营销绩效各个方面的细节信息</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● 响应汇总表——按产品类别、活动、营销渠道、国家和地区列举的客户响应信息 ● 响应率报表——按产品类别、活动、营销渠道和地区列举的响应率 ● 新线索汇总——按产品类别、活动、营销渠道、线索来源、客户类别、国家、地区和线索质量列举的新线索 ● 线索质量——按产品类别、活动、营销渠道、线索来源、客户类别、国家和地区列举的线索质量 ● 线索到销售机会的转化——按产品类别、活动、营销渠道、线索来源、客户类别、国家、地区和线索质量列举的线索到销售机会的转化率 ● 机会总额汇总——按产品类别、活动、营销渠道、线索来源、客户类别、国家、地区和线索质量列举的销售机会总额 ● 营销活动报表——按营销渠道、地区和产品类别列举的开始进行的营销活动和日程安排 	<ul style="list-style-type: none"> ● 事件——按营销渠道、地区和产品类别列举的开始进行的事件 ● 每个线索的成本——按产品类别、活动、营销渠道、国家和地区列举的每个线索的成本 ● 每个线索的收入——按产品类别、活动、营销渠道、国家和地区列举的每个线索的收入 ● 根据营销活动等级结构列举的从营销活动转化成的订单——根据产品类别、活动、营销渠道、国家和地区列举的从营销活动转化的订单收入 ● 根据营销活动等级结构列举的成本、销售额和投资回报率——按产品类别、活动、营销渠道、国家和地区列举的各个线索带来的营销投资回报率 ● 根据预算等级结构列举的营销预算——营销预算汇总信息 ● 根据预算类别列举的营销预算——营销预算类别汇总信息 ● 营销预算使用报表——按产品类别、活动、营销渠道、国家和地区列举的营销预算的使用情况
<p>线索管理关键绩效指标</p> <p>这些评测指标按销售小组及营销和销售协调效果来跟踪线索绩效（线索管理关键绩效指标）</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● 新线索——每个销售小组处理的新线索的总数是多少？ ● A 级线索——百分之多少的线索是 A 级线索？ ● 线索的平均期限——线索的平均期限为多少天？ ● “A 级”线索的平均期限——A 级线索的平均期限为多少天？ 	<ul style="list-style-type: none"> ● 从线索转化成销售机会的总额——从线索转化成销售机会的总额是多少？ ● 线索到销售机会的转化——转化成销售机会的线索的总数和百分比？ ● 已经转化成销售机会的线索——已经转化成销售机会的线索总数与百分比？
<p>线索管理报表</p> <p>各报表按照销售小组提供详细线索绩效信息（销售与营销协调效果信息）</p>	
<ul style="list-style-type: none"> ● 按照销售小组列举的线索转化信息——按照销售小组、产品类别、客户类别和线索来源列举的线索转化信息 ● 按照销售小组列举的线索活动——按照销售小组、产品类别、客户类别和线索来源列举的销售线索 	<ul style="list-style-type: none"> ● 按照销售小组列举的线索期限——按照销售小组、产品类别、客户类别和线索来源列举的线索期限 ● 按照销售小组列举的线索质量——按照销售小组、产品类别、客户类别和线索来源列举的线索质量信息

Oracle 公司
全球总部
500 Oracle Parkway
Redwood Shores, CA 94065
USA

全球咨询: 650. 506. 7000
传真: 650. 506. 7200
网址: www.oracle.com

Oracle 公司（纳斯达克: ORCL）是世界领先的信息管理软件供应商和世界第二大独立软件公司。公司年收入超过 101 亿美元，在全球 145 个以上国家提供数据库、工具和应用程序产品及其相关的咨询、教育和支持服务。

本文介绍的特性和屏幕图片可能与发布的产品略有不同。

Oracle 是 Oracle 公司的一个注册商标。

文中涉及的所有其他公司和产品的名称仅起标识作用，它们可能是其各自所有者的商标。

版权©2004 归 Oracle 公司所有。未经允许，不得以任何形式和手段复制和使用。

最后更新: 2004 年 1 月

ORACLE®