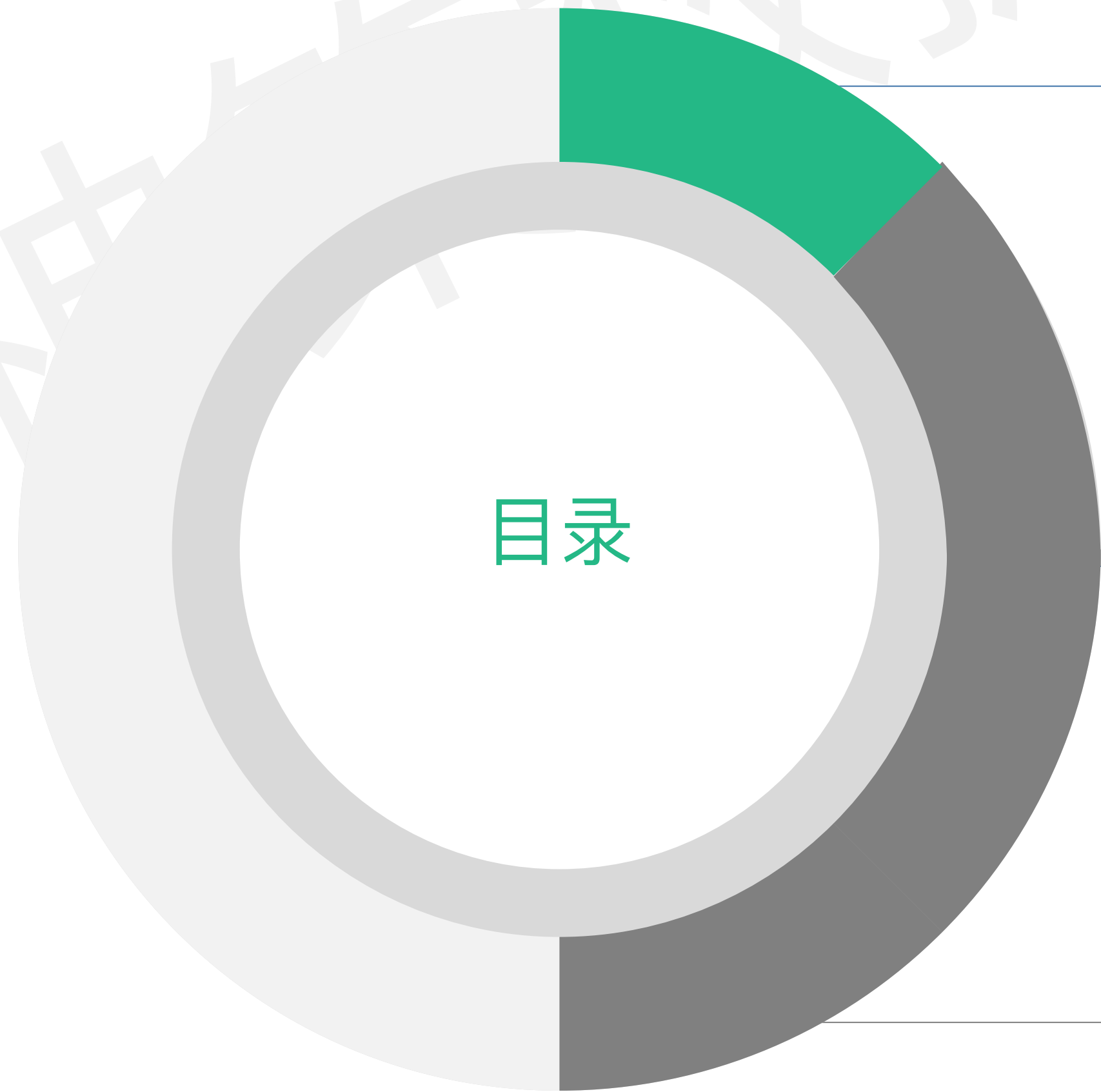


# 标签画像体系应用与建设

徐美玲 神策数据咨询专家

神策数据



标签和画像的应用场景



如何构建标签和画像体系



证券行业案例

# 做标签画像的目的在哪里？

## 精细化客户生命周期管理

根据用户行为和状态特征，制定客户生命周期管理模型，监控用户阶段变化情况，更好地挖掘价值用户的需求、防止流失、召回

## 高价值客户深入开发

多维度挖掘不同交易行为模式的用户群，如找到重要保持客户、重要挽留客户等不同类型的用户群，并充分授信，对该类客户做精细化的运营。

## 交叉营销

根于某类已完成目标人群的标签特征，去全量用户中，对未完成目标的人群且具有相同标签特征的人进行提取营销，比如针对潜在理财客户的营销



### 标签与画像 应用场景举例

## 个性化推送

根据客户的年龄、风险偏好、交易偏好等多个维度的标签，对不同的用户群进行精准定位，分析出其潜在的服务需求，进而有针对性的营销推送，提升体验

## 个性化推荐

不管是为了提升活跃还是交易转化，维度丰富的用户标签数据，以及结合交易类型或资讯本身的标签数据，对实现个性化的用户页面推荐，都至关重要。

## 个性化实时营销

根据用户的实时状态、行为与标签的迁移来进行营销，比如对未完成的交易用户做准实时的推送

## 标签画像的应用总结

### 精细化运营



从粗放式到精细化，将用户群体切割成更细的粒度，辅以短信、推送、邮件、活动等手段，驱以关怀、挽回、激励等策略

### 数据分析



标签可以理解为用户分层分类的规则之一，数据查询平台和这些数据打通后能支持更加丰富和深层的分析及对比

### 用户分析



用户画像也是了解用户的必要补充，在产品用户量扩大后，需要辅以用户画像配合研究，如新增的用户有什么特征，核心用户的属性是否变化等

### 产品应用



用户标签是很多数据产品的基础，诸如个性化推荐系统广告系统、个性化推荐系统、CRM基础搭建等



## 典型应用场景

推送用户 50000 人

推送后打开App 5680人，打开率11.4%

理财栏目访问率为34.42%

推送后新增理财交易增长 12.5%

ROI 提升 31.47%

您的独享银行理财加息卡已到账  
，预期综合年化收益高达6.8%  
，最低仅需1万元理财即可使用  
，点击立即赚钱！



交易流失期+最近7天查看过银行理财产品



## 投放人群策略描述:

- 交易高价值客户
- 交易流失期
- 有理财意向的非理财客户

## 标签条件输入:

- 交易用户价值
- 交易生命周期
- 近30天访问过理财
- 历史未购买过理财
- 营销渠道偏好

## 多渠道触达:

- App 推送
- 短信营销
- 电话营销

## 数据评估及迭代:

- 触达&召回人数、召回率
- 促成入金金额
- 促成理财交易金额

# 具体步骤1: 确定商业目的, 设定目标

## 拉新

互联网流量红利消失  
拉新成本日益提升



目标分解1

## ✓ 促活

开源节流  
避免用户走向沉默边界  
急需挽回沉默的高价值用户



目标分解2

## 挽回流失

彻底流失后回流概率极低  
吃力不讨好



目标分解3

提升 App 终端  
理财频道交易金额

STEP  
ONE

TARGET

## 具体步骤2：寻找触及人群-明确目标人群特征

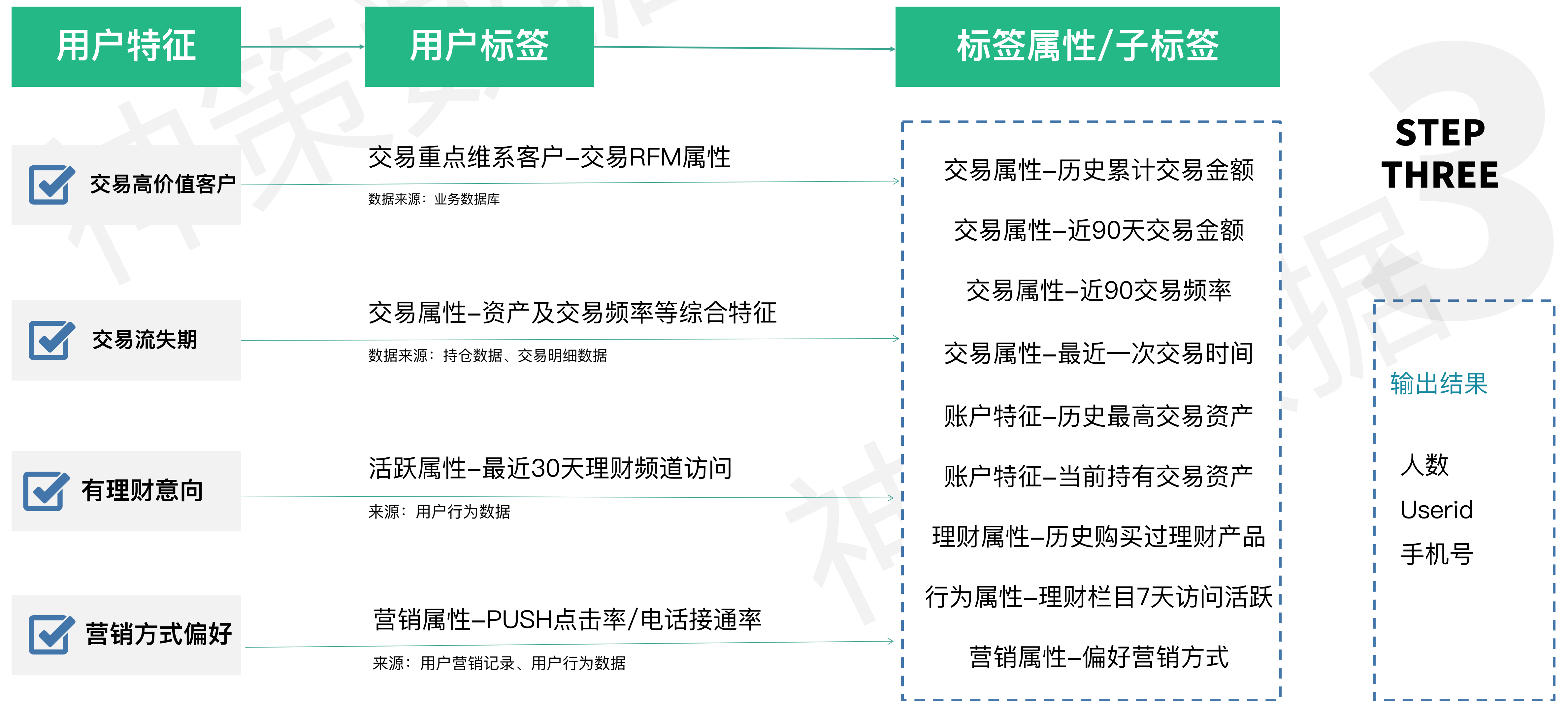


**STEP  
TWO**

**用户  
策略描述**

高价值  
潜在流失用户挽留

## 具体步骤3：根据人群抽取对应的标签及属性值定义



## 具体步骤4：效果评估

推送发送人数

推送开启人数

推送触达人数

推送点击人数

进入理财产品页人数

理财产品购买人数/金额

您的独享银行理财加息卡已到账  
，预期综合年化收益高达6.8%  
，最低仅需1万元理财即可使用  
，点击立即赚钱！

交易流失期+最近7天查看过银行理财产品

# 如何建立一个完整的标签体系

01

了解标签的获得形式

02

清楚业务形态，以商业目的出发，汇集标签

03

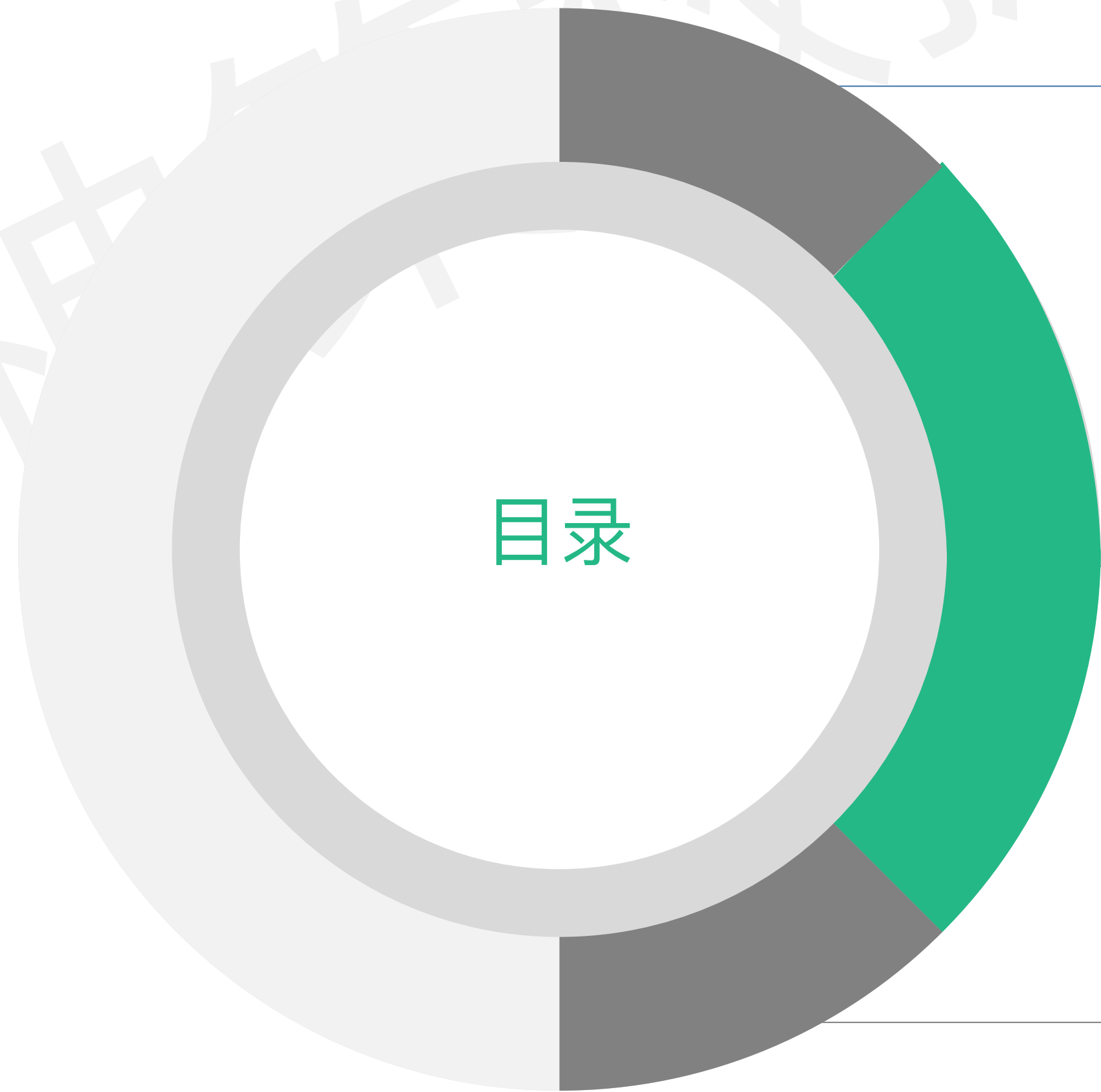
对标签池进行分类和定义

04

标签的维护



神策数据



标签和画像的应用场景



如何构建标签和画像体系



证券行业案例

# 标签体系建立—了解标签的获得形式



## 基于统计类的标签

- ✓这类标签是最为基础的标签类型
- ✓例如，性别、城市、App使用时长、周均启动次数、月均消费金额等字段，是可以从用户注册、用户访问、消费类数据中统计得出
- ✓该类标签构成了用户画像的基础，是用户分析和数据分析最常用的指标及分类规则



## 基于规则类的标签

- ✓该类标签基于用户行为及确定的规则产生
- ✓如，距今 90 天内交易次数 > 3，是“交易活跃”标签的定义和口径；连续 12 个月内飞行航段 > 20，是“常旅客”标签的定义和口径
- ✓在实际开发标签过程中,该类标签的规则由运营人员和数据人员共同协商确定，且常根据业务变化和效果反馈进行调整



## 基于挖掘类的标签

- ✓该类标签为概率模型，概率是介于0~1之间的数值
- ✓例如，根据一个用户的行为习惯判断是男性还是女性，以及转化为投资/购买用户的概率，根据一个用户的消费习惯判断其对某商品的偏好程度
- ✓该类标签需要通过算法挖掘产生，并需要通过结果反馈调整算法规则



用户自然属性



用户交易数据



用户资产数据



用户行为特征



第三方来源数据

# 标签体系建立—清楚业务形态，以商业目的出发，汇集标签



理解客户决策流程、考虑产品业务场景、清晰业务部门需求



# 标签体系建立—清楚业务形态，以商业目的出发，汇集标签



从运营流程中，发掘商业目的，洞察问题



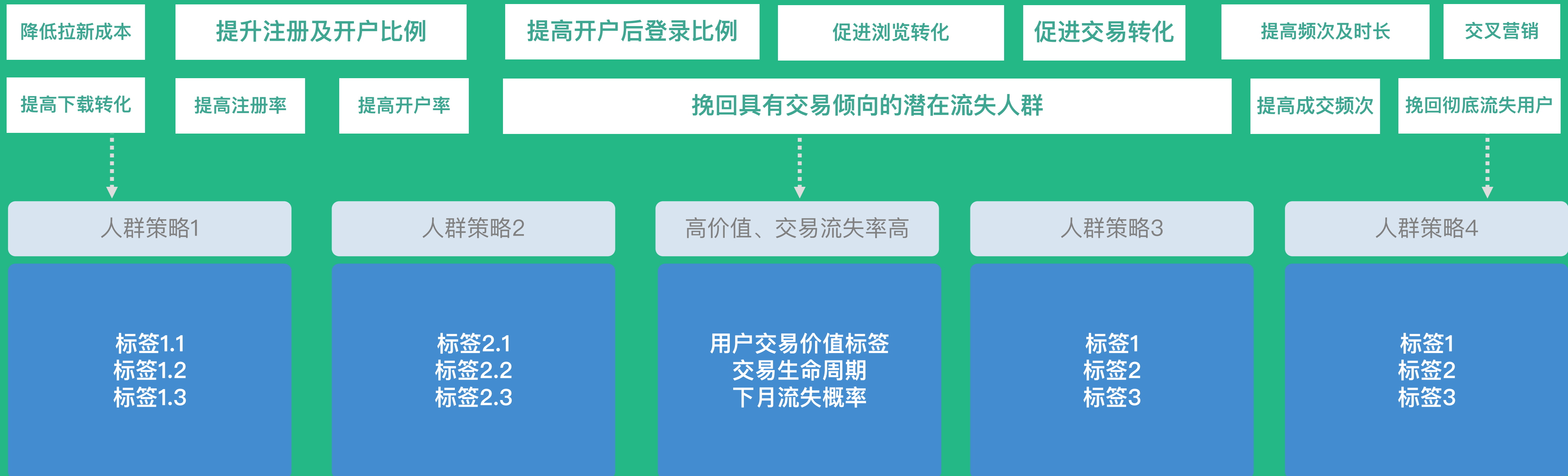
通过数据目标支持寻找商业目的

$$\text{交易金额} = \text{新增用户数} \times \text{注册率} \times \text{开户率} \times \text{首次入金率} \times \text{首次交易率} + \text{老用户} \times \text{留存率} \times \text{持续交易率}$$


# 标签体系建立—清楚业务形态，以商业目的出发，汇集标签



## 策略中寻找标签，最终形成标签池

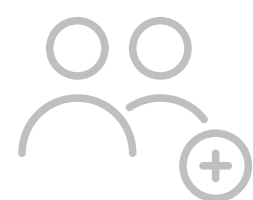


# 标签体系建立—标签的分类与定义

## 设定标签层级——分类

作为定义标签的第一步，从不同的视角、维度进行分类和组织，方便管理者、使用者在不同业务场景对标签进行检索、探索

### 人口统计标签



#### 通用属性

平台使用偏好  
是否客户  
是否注册用户  
最后一次访问时间

#### 身份属性

性别  
省份  
出生年月

学历  
婚姻  
职业  
所属分公司  
所属营业务  
邮箱类型  
注册方式  
注册渠道

### 交易标签



#### 理财属性

1/3/6月内理财金额  
1/3/6月内理财次数  
1/3/6月内理财品类  
首次购买理财时间  
末次购买理财时间  
理财风险偏好  
理财发行方偏好  
理财基金类型偏好  
当前是否持有理财  
理财盈亏情况

#### 股票属性

1/3/6月内交易次数  
1/3/6月内交易金额  
1/3/6月内交易种类  
股票概念偏好  
股票账户贡献度  
近6月股票盈利情况  
新股中签次数  
入金次数

### 资产标签

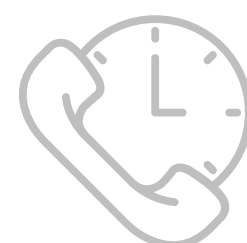


#### 资产属性

人民币账户总资产  
港币账户总资产  
美元账户总资产  
可用金额

可取金额  
股质余额  
股票市值  
基金市值  
理财市值  
年日均资产  
月日均资产

### 行为标签



#### 行为属性

资讯浏览频次  
资讯浏览时长  
资讯浏览深度  
资讯内容偏好  
行情浏览频次  
行情关注板块

#### 活跃属性

3/7/15/30日内启动App次数  
3/7/15/30日内交易账号登录次数  
平均使用时长  
平均浏览深度

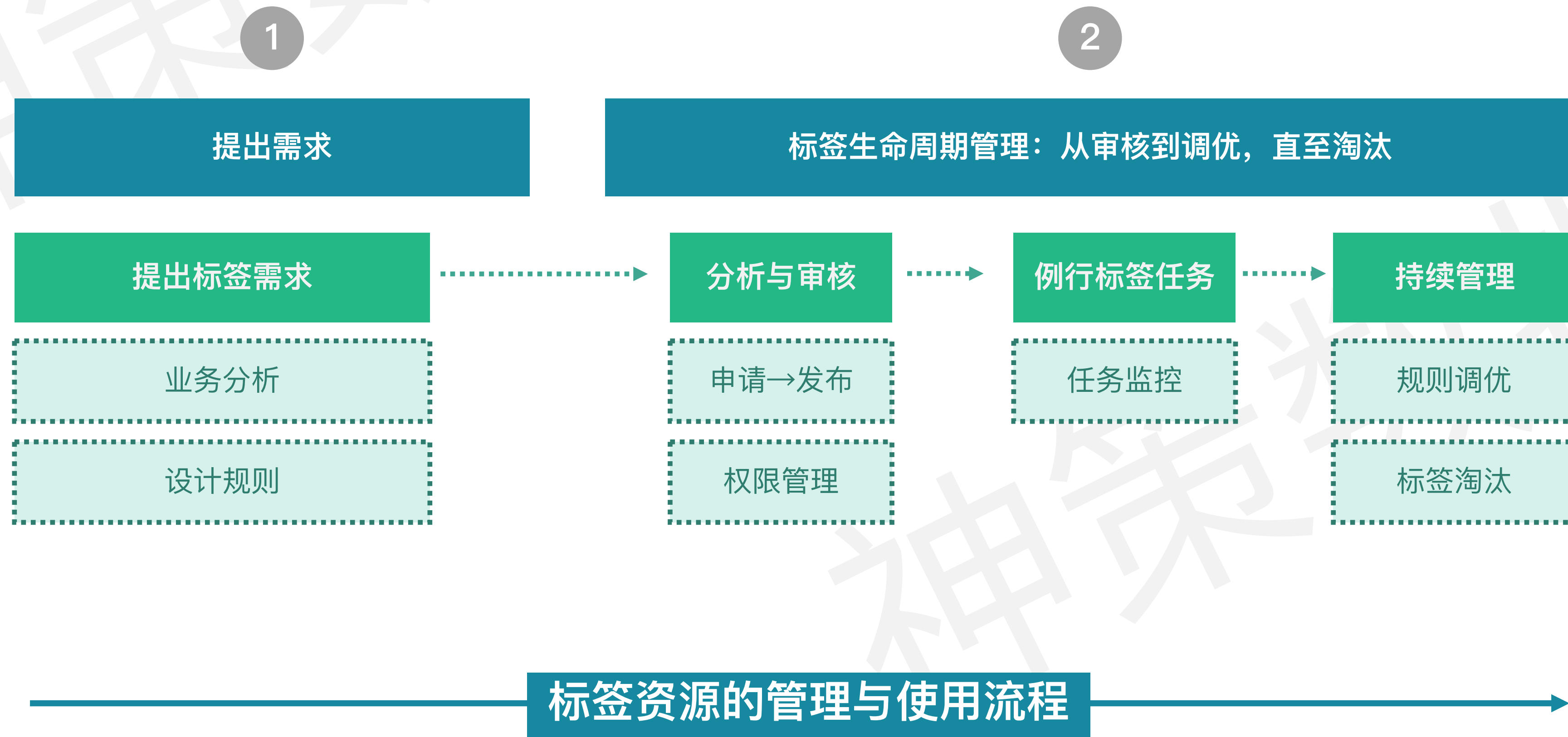
## 标签体系建立—标签的分类与定义

通过设定层级，明确标签所处的标签的一级、二级……分类，在这个步骤，我们通过以下各维度细致地描述标签，统一刻画标签，以便标签生命周期中涉及到的各业务角色了解标签的定义，指导各业务角色的工作。



# 标签体系建立—标签的维护

标签也具有生命周期，从需求提出、到生成、到审批、到执行，再到持续调优、淘汰下架



# 标签体系建立—标签的维护

标签体系								标签监控	用户群管理
总分群数 300								成功 198	失败 2
状态	分群名称	类型	分群人数	最后计算时间	最后计算时间	更新方式			
正常	性别	人口统计学	783	● 成功 2018-04-26 00:54:49	2018-04-26 00:54:49	每日 0:00			
暂停	学历	人口统计学	783	● 失败 2018-04-26 00:54:49	2018-04-26 00:54:49	每日 0:00			
暂停	职业	人口统计学	783	● 失败 2018-04-26 00:54:49	-	-			
暂停	行业类别	人口统计学	783	● 失败 2018-04-26 00:54:49	-	-			
正常	购买	理财产品	49	● 成功 2018-04-26 00:54:49	2018-04-26 00:54:49	每日 0:00			
正常	定投	理财产品	783	● 成功 2018-04-26 00:54:49	2018-04-26 00:54:49	每日 0:00			
正常	复购	理财产品	783	● 成功 2018-04-26 00:54:49	2018-04-26 00:54:49	每日 0:00			
正常	RFM标签	理财产品	783	● 成功 2018-04-26 00:54:49	2018-04-26 00:54:49	每日 0:00	783	25.7%	全部可见 陈凯
正常	申购基金	理财产品	783	● 成功 2018-04-26 00:54:49	2018-04-26 00:54:49	每日 0:00	783	25.7%	全部可见 陈凯

审批管理								
全部标签	申请中	开发中	开发完成	已上线				
268个	16个	89个	24个	139个				
人群申请 52 标签申请 76 分类申请 23 组合申请 117								
申请类型	申请要求	申请名称	申请人	最后处理人	最后处理时间	处理结果	审批理由	审批状态
人群申请	创建分群	高消费人群	xiaoyi					● 申请中 查看 下线
标签申请	创建标签	回流用户	wuyue					● 申请中 查看 下线
分类申请	修改分类	RFM	lizhi	pichong	2018-08-26 00:54:49	通过		● 开发完成 查看 下线
组合申请	创建组合	价值人群	liuqian	xiaoyi	2018-06-26 00:54:49	通过		● 开发中 查看 下线
组合申请	创建组合	价值人群1	wuyue	pangyili	2018-04-28 00:54:49	未处理		● 申请中 查看 下线
分类申请	修改分类	价值分类	xiaoyi	ppl	2018-04-26 00:54:49	通过		● 开发完成 查看 下线
分类申请	修改分类	价值分类1	wuyue	xiaoyi	2018-04-26 00:54:49	未处理		● 申请中 查看 下线
人群申请	修改分群	优质客户	heyi	yueping	2018-04-26 00:54:49	通过		● 开发完成 查看 下线
人群申请	修改分群	低消费客户	liuzhi	yueping	2018-04-26 00:54:49	通过		● 已上线 查看 下线
人群申请	修改分群	潜在客户	xiaoyi	xiaoyi	2018-04-26 00:54:49	通过		● 已上线 查看 下线

第1页, 1-10 行

< 1 2 3 4 >

## 好的标签设计应具备以下特征

### 单个标签

- 数据源可信
- 规则表意明确
- 业务含义明确
- 属性值区分度高
- 有明确的应用场景
- 具备较强的复用性
- 需求价值和实现成本匹配

### 标签架构

- 架构层级不宜过多
- 与实际业务架构和需求相贴合
- 同层级的标签规则范畴一致
- 内部分类及排序清晰有序
- 持续维护与调整顺序、层级

# 总结

01

## 了解标签的获得形式

- 标签的数据来源有哪些
- 标签的计算规则有哪些

02

## 清楚业务形态，以商业目的出发，汇集标签

- 了解自身业务流程，以业务中的商业目的触发
- 标签是一步一步建立的，不可能一步登天

03

## 对标签池进行分类和定义

- 标签需要分类.
- 标签定义需要贴合业务并持续调优

04

## 标签的维护

- 标签的生命周期
- 标签的实时监控

## 完整的标签体系总结

How to build a lable system ?

# 目录



标签和画像的应用场景

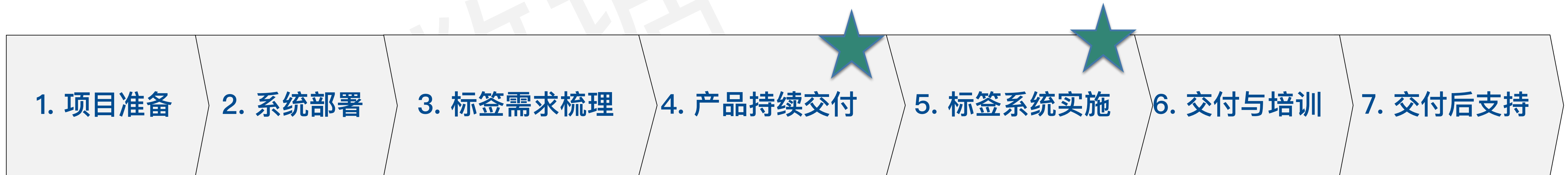


如何构建标签和画像体系



证券行业案例

## 某证券客户：系统一期研发进行中，同步预实施已启动



- ✓ 项目团队组建
- ✓ 项目范围确定
- ✓ 项目计划制定
- ✓ 项目管理机制建立
- ✓ 技术及业务需求调研

- ✓ 部署环境准备
- ✓ 系统安装部署

- ✓ 标签需求调研
- ✓ 现有标签及数据梳理
- ✓ 标签设计方案
- ✓ 标签实现方案及计划

- 完成一期标签管理、数据权限开发
- ✓ 完成二期标签画像、标签服务、标签生命周期管理开发

- ✓ 标签体系架构设置
- ✓ 现有数据源和标签导入
- 缺失数据源补充获取
- 新标签生成规则配置
- 标签有效性校验

- 交付前培训
- 验收交付

- 交付后支持
- 定期回访
- 新需求合作

### 项目管理

# 某证券客户需求调研：梳理业务场景、运营策略和需求

业务板块	业务目标	策略场景	人群筛选条件和规则	触达方式	营销手段	最希望解决的问题
新客培育						
活跃留存						
交易提升						
资金留存						
沉默唤醒						
流失预防						
流失召回						
用户体验						
大客户运营						

## 某证券客户标签体系示例：由业务需求抽离出标签需求

一级类目	二级类目	三级类目	四级类目	标签名称	属性值	属性值定义	全局更新周期	单用户更新规则	生成方式
基本信息	用户识别			业务ID					
	激活信息			激活日期					
	人口学信息			年龄					
	风险特征			持仓风险类型					
账户特征	财务特征			可投资资产					
	总账户	业务开通		XX业务开通					
	资金账户	资产信息		历史最大资产规模					
业务特征	交易账户								
	交易	业务参与		历史参与过					
	理财	业务特征		最近90天交易规模					
	资讯	业务偏好		短期偏好					
活跃特征	服务	业务活跃		最近7天股票交易					
	粘性活跃	访问活跃		最后一次访问App					
	营销活跃	营销触达		最后一次Push响应					
价值标签	生命周期			用户生命周期	成熟期				
	综合价值			用户价值分类	重要价值客户				
	盈利价值			盈利贡献度					

# 某证券客户标签画像系统实施：demo示例

标签体系    标签监控    用户群管理    审批管理

全部标签    理财行为    标签筛选

- 组合标签
- 人口统计学标签
  - 基本信息标签
    - 性别
    - 学历
    - 职业
    - 行业类别
- 理财产品标签
  - 理财行为**
    - 消费能力标签
      - 消费能力标签    已上线    每月更新
      - 高消费能力    完成订单的次数 $\geq 10$ , 完成订单支付金额 $> 2000$     2,093,284 人    60%
      - 中消费能力    完成订单的次数 $\geq 5$ , 完成订单支付金额 $> 1000$     9,941,009 人    20%
      - 低消费能力    完成订单的次数 $\leq 5$ , 完成订单支付金额 $\leq 200$     4,098,975 人    10%
      - 不消费用户    完成订单的次数 $\leq 1$ , 完成订单支付金额 $\leq 10$     623,003 人    10%
      - 薅羊毛用户    优惠券使用占付款比例 $\geq 50\%$     703,284 人    2%
      - 从不购买用户    完成订单的次数 $\leq 1$ , 完成订单支付金额 $\leq 10$     43,740 人    3%
      - 潜力用户    完成订单的次数 $\geq 5$ 且 $\leq 10$ , 完成订单支付金额 $\geq 1000$     93,094 人    8%
    - RFM 标签    已上线    每月更新
    - 复购能力    已上线    每月更新

# 神策产品及服务体系





# 徐美玲

咨询专家

徐美玲女士是神策数据咨询专家，主要负责数据体系搭建、数据分析、用户及市场研究、需求分析、策略研究、产品规划、产品设计、敏捷实践以及数据驱动业务模式设计等方面。

加入神策数据之前，徐美玲女士曾担任网易游戏战略分析专家、PPmoney 产品线及用研负责人等。徐美玲女士毕业于浙江大学心理学专业硕士，有 7+ 年互联网行业经验，曾就职于淘宝网、阿里巴巴集团、网易游戏和 PPmoney，从游戏行业的战略研究到互金行业的用户研究，再到独立负责产品研发业务线，具备用户研究团队从 0 到 1 的搭建以及产品规划管理经验。

项目经历：某视频企业用户增长咨询项目，某证券标签和用户画像策略咨询项目，用户行为数据采集及数据体系搭建，理财产品新用户转化迭代，互金理财产品整体改版，数据驱动业务模式及团队文化建设，游戏用户价值观、消费观、偏好基础研究，游戏产品测试期质量评估，游戏上市/大型推广策略研究及效果评估等等。

# THANKS



体验Demo



关注公众号

400-650-9827

[www.sensorsdata.cn](http://www.sensorsdata.cn)