



——更好的BI
寻找数据伙伴的“3C原则”

大数据时代，各种类型的企业、尤其是营销人员，都已十分了解数据管理的价值。依靠客户数据，我们可以制定营销策略、进行商业分析、优化推广活动；当然，想要做到这些，我们需要一个靠谱的平台。

然而，开始平台选型时，许多人依旧一头雾水：作为长期合作的数据管理伙伴，我应当看重它的哪些功能与特质？选择正确的公司能让我从中获得什么？这些问题假如没有思考清楚，将会造成一些混乱，甚至推迟企业数据管理的进程。

如果您也在寻找这样的合作伙伴，请记住，21世纪的第一个十年已经过半，新一代的商业智能不同以往，需满足“3C原则”：

Current Information 最新的资讯

毫无疑问，如果想要做出明智的决策，您必须拥有当下最新鲜的数据。有些数据管理平台刷新缓慢，或是提供的见解已然过期，无法帮助企业与客户高效连接。这给您的工作带来很大不便。

始终寻找一个能把数据时效性放在首位、并且让您随时可以轻松访问的合作伙伴。这将帮助您减少延迟，更好地优化广告支出，并作出让客户、品牌双赢的营销决策。

Complete Insights 完整的洞察

许多情况下，听从自己的直觉都是个好主意。但制定营销策略可不是其中之一。

相反，这些策略应该基于快速的“硬信息”（Hard information, 指能用准确的硬指标来表示的信息，正式、精准、符合逻辑、可追溯），让您全面了解您的市场、受众、客户行为、第三方来源等。你的数据管理平台应该为您提供这样的数据全景，方便您了解业务的方方面面。这是确保您的营销成果符合目标、并积极推动业务发展的唯一方法。

Collaboration 协作

现在，比起以往任何时期，营销人员都需要做好跨部门合作的准备。我们需要共享重要信息，并作为一个整体为企业的发展共同努力。因此，我们寻找的工具，需要保障数据分享的安全性，不仅仅是在组织内部的分享，还包括与外部供应商或技术伙伴等角色的分享。

首先这个平台需要具备强大的数据可视化能力，以讲述（各种角色都能看懂的）客户故事；另外要通过预警阈值、内部通知等功能，让每个人都能掌握KPI的变化；同时，平台的安全性也非常重要，包括多因素身份验证，以确保在安全的环境中进行数据驱动的对话。

最后，“只读”与“编辑”权限的精细控制，也能帮助组织高效安全地基于数据进行沟通。

