1 分类客户模型卡片

1.1 去除干扰数据项



选项	小计	比例
是	31	91.18%
否	3	8.82%
本题有效填写人次	34	

智能营销系统满意度调查回收有效问卷共 34 份，检查，但因为此次调查问卷主题是智能营销系统的满意度调查，对于选项 6 中没有接触过智能营销系统的三份干扰数据，决定去除，最后此次智能营销系统满意度调查回收有效问卷共 31 份。

1.2 系统聚类-客户分类

统计量

		请问您的年龄在下哪个区间？	您的工作岗位类型？	您担任现职已多久？	您常使用的办公设备是什么？
N	有效	31	31	31	31
	缺失	0	0	0	0

请问您的年龄在下哪个区间？

		频率	百分比	有效百分比	累积百分比
有效	18-25岁	5	16.1	16.1	16.1
	26-35岁	21	67.7	67.7	83.9
	36-45岁	5	16.1	16.1	100.0
	总计	31	100.0	100.0	

可以看出回收的问卷中，智能营销系统的用户年龄段集中在 26-35 岁之间。

您的工作岗位类型？

		频率	百分比	有效百分比	累积百分比
有效	客户经理类（对公）	15	48.4	48.4	48.4
	客户经理类（零售）	7	22.6	22.6	71.0
	管理决策类	7	22.6	22.6	93.5
	风险内控类	1	3.2	3.2	96.8
	其他（请填写）	1	3.2	3.2	100.0
	总计	31	100.0	100.0	

可以看出回收的问卷中，智能营销系统的用户工作岗位集中在客户经理（对公/零售）、管理决策类之间。

您担任现职已多久?

		频率	百分比	有效百分比	累积百分比
有效	6个月及以下	1	3.2	3.2	3.2
	6个月以上至1年	6	19.4	19.4	22.6
	1年以上至2年	12	38.7	38.7	61.3
	2年以上至3年	2	6.5	6.5	67.7
	3年以上	10	32.3	32.3	100.0
	总计	31	100.0	100.0	

可以看出回收的问卷中，智能营销系统的用户任职时间大多数在 1 年以上。

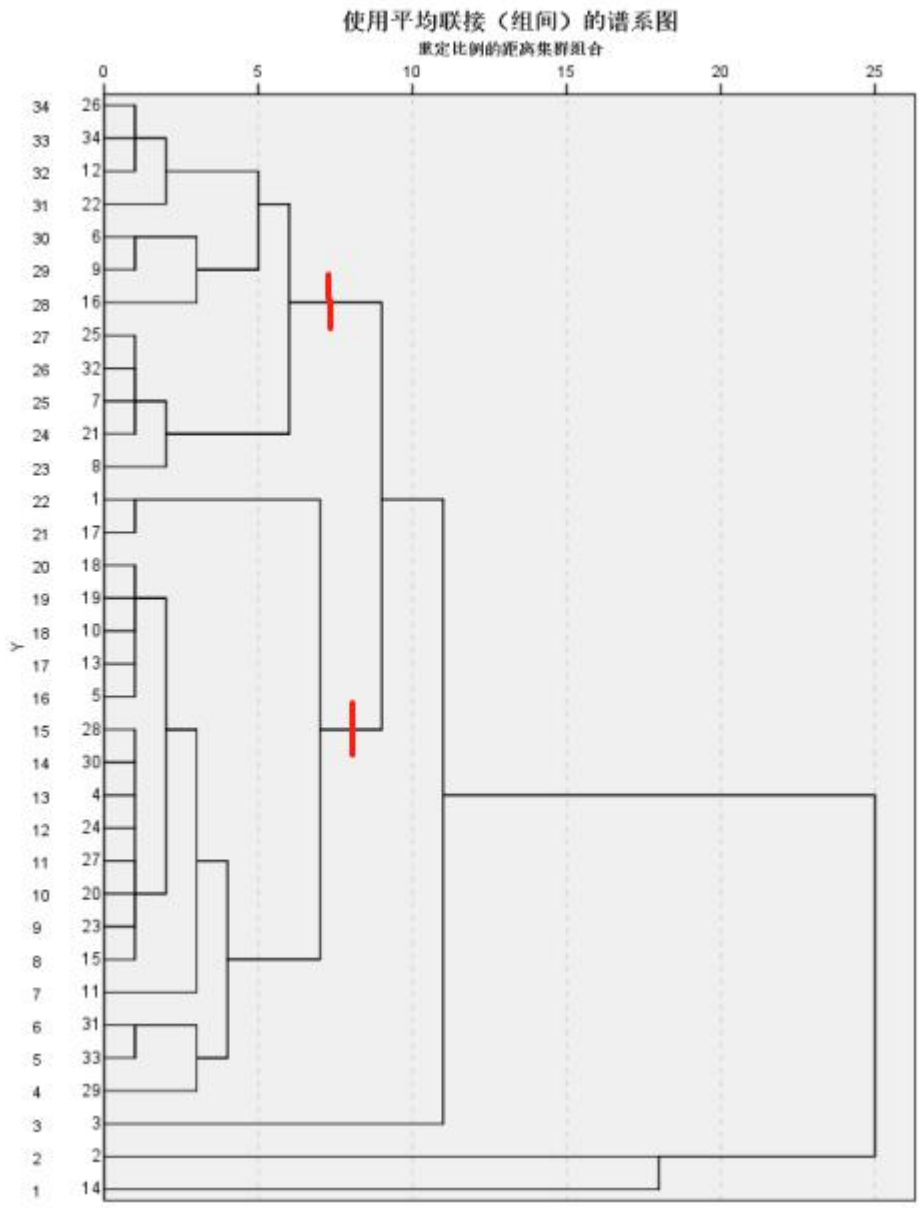
您常使用的办公设备是什么?

		频率	百分比	有效百分比	累积百分比
有效	台式电脑	21	67.7	67.7	67.7
	笔记本电脑	8	25.8	25.8	93.5
	智能手机	1	3.2	3.2	96.8
	平板电脑	1	3.2	3.2	100.0
	总计	31	100.0	100.0	

可以看出回收的问卷中，智能营销系统的用户基本上是使用台式电脑。



智能营销系统满意度调查客户分类中，选择了使用过智能营销系统的四个问题作为客户分类的变量，经过系统聚类得出的分类图如下，经过图分析得出个案 3、2、14 都是单独成组，单个个案不能代表类别特征，因此分类为红线的两组客户会比较合理。



从以上的聚类谱系图，分析出智能营销系统满意度调查客户分类可以分为两大类客户特征，为了验证此分类的正确性，对结果进行了判别分析。从判别分析得出的组统计图中，可以看出组 1 和组 4 就是我们智能营销系统满意度调查客户分类中想要的特征较为明显的两类客户的集合。

组统计

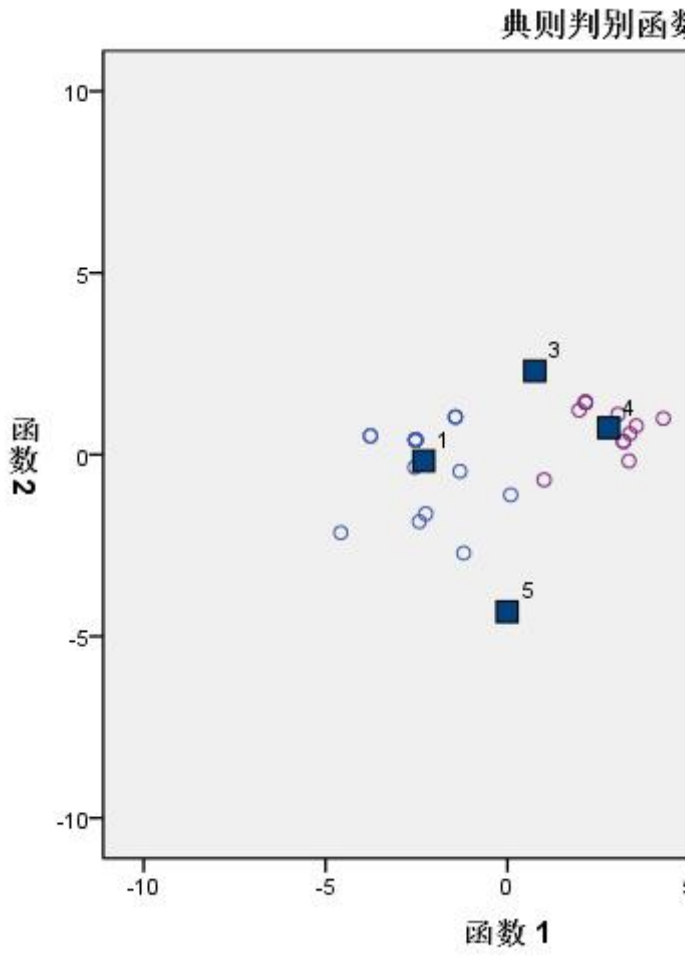
Average Linkage (Between Groups)		有效 N（成列） 未加权	有效 N（成列） 加权
1	请问您的年龄在下哪个区间？	19	19.000
	您的工作岗位类型？	19	19.000
	您担任现职已多久？	19	19.000
	您常使用的办公设备是什么？	19	19.000
2	请问您的年龄在下哪个区间？	1	1.000
	您的工作岗位类型？	1	1.000
	您担任现职已多久？	1	1.000
	您常使用的办公设备是什么？	1	1.000
3	请问您的年龄在下哪个区间？	1	1.000
	您的工作岗位类型？	1	1.000
	您担任现职已多久？	1	1.000

	您常使用的办公设备是什么？	1	1.000
4	请问您的年龄在下哪个区间？	12	12.000
	您的工作岗位类型？	12	12.000
	您担任现职已多久？	12	12.000
	您常使用的办公设备是什么？	12	12.000
5	请问您的年龄在下哪个区间？	1	1.000
	您的工作岗位类型？	1	1.000
	您担任现职已多久？	1	1.000
	您常使用的办公设备是什么？	1	1.000
总计	请问您的年龄在下哪个区间？	34	34.000
	您的工作岗位类型？	34	34.000
	您担任现职已多久？	34	34.000
	您常使用的办公设备是什么？	34	34.000

从上图中的 lanmbda 检验中，可以看出 p 值大于 0.05，分组的特征不明显。

Wilks' Lambda

函数检验	Wilks' Lambda	卡方	自由度	显著性
1 通过 4	.016	117.379	16	.000
2 通过 4	.177	49.336	9	.000
3 通过 4	.443	23.196	4	.000
4	.824	5.521	1	.019



分类结果[a]

		Average Linkage (Between Groups)	预测组成员资格					总计
			1	2	3	4	5	
原始	计数	1	18	0	0	0	1	19
		2	0	1	0	0	0	1
		3	0	0	1	0	0	1
		4	0	0	0	12	0	12
		5	0	0	0	0	1	1
	%	1	94.7	.0	.0	.0	5.3	100.0
		2	.0	100.0	.0	.0	.0	100.0
		3	.0	.0	100.0	.0	.0	100.0
		4	.0	.0	.0	100.0	.0	100.0
		5	.0	.0	.0	.0	100.0	100.0

a. 97.1% 正确分类的原始分组个案。

从上图中的分组结果来看中，判别的分类结果正确率比较高。

1.3 交叉表（客户类别与选项之间的关系）组的特征值

1.3.2 智能营销系统客户满意度变量与分组之间的关系

利用交叉表分析满意度变量与分组之间的关系，由于之前客户分类中得出组 1 和组 4 的分类结果，分析得出如下特征：

1 组客户特征：

1.营销过程中遇到的问题

(1)无法对客户精准营销，客户画像不够丰富；

(2)业务知识无统一来源，疑难问题无人解答；

(3)客户消息提醒不及时，阻碍客户维系工作；

(4)新营销机会来源不合规稳定，拓展客户困难；

(5)营销任务下发方式混乱，无法支撑任务全过程跟踪；

(6)营销信息传递不及时，上下游无直接沟通渠道

2.认为营销系统已经解决的问题

(1)无法对客户精准营销，客户画像不够丰富

(2)业务知识无统一来源，疑难问题无人解答

(3)客户消息提醒不及时，阻碍客户维系工作

(4)新营销机会来源不合规稳定，拓展客户困难

3.智能营销系统的常用功能

(1)营销洞察（各种数据报表）

(2)营销机会（对公）

(3)我的任务（对公）

(4)(访客日志)

(5)(知识库)

(6)我的管户（对公）

(7)(业务问答)

(8)(贷款效益测算)

4.对于智能营销系统多维度的体验感受

持比较同意态度的：

(1)使用稳定，流畅不卡顿、加载速度快、不闪退等

(2)数据价值佳，报表丰富且数据准确

(3)使用人性化，报表查询导入导出灵活、文案准确等

持中立态度的：业务匹配度高，对实际营销工作有很大帮助

持比较不同意态度的：界面美观，界面及动画效果看起来美观、舒心

5.愿意将智能营销系统推荐给其他人的可能性全部在 5 成以上

4 组客户特征：

（1）营销管理过程中遇到的 5 个高频营销问题：

1、大多数是营销信息传递不及时，上下游无直接沟通渠道；

2、营销任务下发方式混乱，无法支撑任务全过程跟踪)；

3、无法对客户精准营销，客户画像不够丰富；

4、营销过程管理不够清晰，上级不清楚下级的工作进度；

5、营销结果无清晰透明展示，业绩考核存在漏洞；

（2）认为智能营销系统解决了什么营销管理问题

1、新营销机会来源不合规稳定，拓展客户困难；

2、营销任务下发方式混乱，无法支撑任务全过程跟踪；

3、客户消息提醒不及时，阻碍客户维系工作；

4、业务知识无统一来源，疑难问题无人解答；

5、营销结果无清晰透明展示，业绩考核存在漏洞；

（3）智能营销系统常用功能有

1、营销机会（对公）

2、我的管户（对公）

3、客户提醒（零售）

4、工作督办

5、飞单排查

6、访客日志

7、营销洞察（各种数据报表）

（4）对于智能营销系统多维度的使用体验感受

1、对【功能实用，系统对我的实际工作有帮助】多数持比较同意态度

2、对【界面美观，界面及动画效果看起来美观、舒心】持中立和比较同意态度较多

3、对【使用稳定，流畅不卡顿、加载速度快、不闪退】多数持中立态度

4、对【操作便捷，常用操作可快速找到或批量操作】持中立态度

5、对【数据价值佳，报表丰富且数据准确】多数持比较同意态度

6、对【使用稳定，流畅不卡顿、加载速度快、不闪退等】持比较同意态度

7、对【系统易学性，可无需额外培训即可知如何使用】持中立态度

（5）使用过智能营销系统的此类客户 7 成以上的概率愿意推荐给其他人使用。

$营销问题*CLU5_3 交叉列表

			Average Linkage (Between Groups)				总计
			1	2	3	4	5	
营销问题 [a]	您在营销过程/营销管理中遇到过以下哪些问题？(新营销机会来源不合规稳定，拓展客户困难)	计数	12	0	1	4	0	17
	您在营销过程/营销管理中遇到过以下哪些问题？(营销信息传递不及时，上下游无直接沟通渠道)	计数	10	1	1	9	0	21
	您在营销过程/营销管理中遇到过以下哪些问题？(营销任务下发方式混乱，无法支撑任务全过程跟踪)	计数	11	0	1	9	0	21
	您在营销过程/营销管理中遇到过以下哪些问题？(客户消息提醒不及时，阻碍客户维系工作)	计数	13	0	1	3	1	18
	您在营销过程/营销管理中遇到过以下哪些问题？(无法对客户精准营销，客户画像不够丰富)	计数	15	0	1	7	0	23
	您在营销过程/营销管理中遇到过以下哪些问题？(业务知识无统一来源，疑难问题无人解答)	计数	13	1	1	2	0	17
	您在营销过程/营销管理中遇到过以下哪些问题？(营销过程管理不够清晰，上级不清楚下级的工作进度)	计数	7	0	1	6	0	14
	您在营销过程/营销管理中遇到过以下哪些问题？(营销结果无清晰透明展示，业绩考核存在漏洞)	计数	6	0	1	8	1	16
总计		计数	19	1	1	12	1	34

百分比和总数是基于响应者。

a. 二分法组值为 1 时进行制表。

$解决营销*CLU5_3 交叉列表

	Average Linkage (Between Groups)				总计
	1	2	3	4	

解决营销 [a]	您觉得智能营销系统已经解决了以下哪些问题？(新营销机会来源不合规稳定，拓展客户困难)	计数	11	1	0	7	19
	您觉得智能营销系统已经解决了以下哪些问题？(营销信息传递不及时，上下游无直接沟通渠道)	计数	4	1	1	4	10
	您觉得智能营销系统已经解决了以下哪些问题？(营销任务下发方式混乱，无法支撑任务全过程跟踪)	计数	9	1	1	8	19
	您觉得智能营销系统已经解决了以下哪些问题？(客户消息提醒不及时，阻碍客户维系工作)	计数	11	1	1	7	20
	您觉得智能营销系统已经解决了以下哪些问题？(无法对客户精准营销，客户画像不够丰富)	计数	13	1	1	4	19
	您觉得智能营销系统已经解决了以下哪些问题？(业务知识无统一来源，疑难问题无人解答)	计数	11	1	0	7	19
	您觉得智能营销系统已经解决了以下哪些问题？(营销过程管理不够清晰，上级不清楚下级的工作进度)	计数	5	1	0	4	10
	您觉得智能营销系统已经解决了以下哪些问题？(营销结果无清晰透明展示，业绩考核存在漏洞)	计数	6	0	0	6	12
总计		计数	17	1	1	12	31

百分比和总数是基于响应者。

a. 二分法组值为 1 时进行制表。

$常用功能*CLU5_3 交叉列表

		Average Linkage (Between Groups)				总计
		1	2	3	4	
常用功能 [a]	智能营销系统，我的常用功能有？(营销机会（对公）) 计数	11	1	1	6	19
	智能营销系统，我的常用功能有？(我的任务（对公）) 计数	10	0	1	4	15
	智能营销系统，我的常用功能有？(客户提醒（零售）) 计数	4	1	0	5	10
	智能营销系统，我的常用功能有？(我的管户（对公）) 计数	9	0	1	6	16
	智能营销系统，我的常用功能有？(精准营销（零售）) 计数	4	0	0	4	8
	智能营销系统，我的常用功能有？(业务问答) 计数	8	0	1	1	10

	智能营销系统，我的常用功能 有？(智能信贷（对公）)	计数	6	0	1	3	10
	智能营销系统，我的常用功能 有？(单位智控)	计数	7	1	0	2	10
	智能营销系统，我的常用功能 有？(工作督办)	计数	7	0	0	6	13
	智能营销系统，我的常用功能 有？(飞单排查)	计数	5	0	0	5	10
	智能营销系统，我的常用功能 有？(访客日志)	计数	10	0	1	5	16
	智能营销系统，我的常用功能 有？(营销洞察（各种数据报表）)	计数	13	0	1	9	23
	智能营销系统，我的常用功能 有？(贷款效益测算)	计数	8	0	0	3	11
	智能营销系统，我的常用功能 有？(知识库)	计数	9	0	1	2	12
	智能营销系统，我的常用功能 有？(其他（请填写）)	计数	0	0	0	1	1
总计		计数	17	1	1	12	31

百分比和总数是基于响应者。

a. 二分法组值为 1 时进行制表。

Q9_行 1*CLU5_3 交叉列表

			Average Linkage (Between Groups)		
			1	4	总计
9、对于智能营销系统产品质量维度，我的使用体验是(9、对于智能营销系统产品质量维度，我的使用体验是—业务匹配度高，对实际营销工作有很大帮助)	中立	计数	1	1	2
	比较同意	计数	0	4	4
	非常同意	计数	0	1	1
总计		计数	1	6	7

百分比和总数是基于响应者。

Q9_行 2*CLU5_3 交叉列表

			Average Linkage (Between Groups)		
			1	4	总计
9、对于智能营销系统产品质量维度，我的使用体验是(9、界面美观，界面及动画效果看起来美观、舒心)	比较不同意	计数	1	1	2
	中立	计数	0	1	1
	比较同意	计数	0	4	4
总计		计数	1	6	7

百分比和总数是基于响应者。

Q9_行 3*CLU5_3 交叉列表

	Average Linkage (Between Groups)		
	1	4	总计

9、对于智能营销系统产品质量维度，我的使用体验是(9、使用稳定，流畅不卡顿、加载速度快、不闪退等)	比较不同意	计数	0	1	1
	中立	计数	0	2	2
	比较同意	计数	1	3	4
总计		计数	1	6	7

百分比和总数是基于响应者。

Q9_行 4*CLU5_3 交叉列表

			Average Linkage (Between Groups)		
			1	4	总计
9、对于智能营销系统产品质量维度，我的使用体验是(9、数据价值佳，报表丰富且数据准确)	中立	计数	0	1	1
	比较同意	计数	1	4	5
	非常同意	计数	0	1	1
总计		计数	1	6	7

百分比和总数是基于响应者。

Q9_行 5*CLU5_3 交叉列表

			Average Linkage (Between Groups)		
			1	4	总计
9、对于智能营销系统产品质量维度，我的使用体验是(9、使用人性化，报表查询导入导出灵活、文案准确等)	中立	计数	0	2	2
	比较同意	计数	1	3	4
	非常同意	计数	0	1	1
总计		计数	1	6	7

百分比和总数是基于响应者。

Q10_行 1*CLU5_3 交叉列表

			Average Linkage (Between Groups)			
			1	3	4	总计
10、对于智能营销系统产品质量维度，我的使用体验是(10、对于智能营销系统产品质量维度，我的使用体验是—功能实用，系统对我的实际工作有帮助)	中立	计数	2	0	3	5
	比较同意	计数	13	1	2	16
	非常同意	计数	1	0	1	2
总计		计数	16	1	6	23

百分比和总数是基于响应者。

Q10_行 2*CLU5_3 交叉列表

			Average Linkage (Between Groups)			
			1	3	4	总计
10、对于智能营销系统产品质量维度，我的使用体验是(10、界面美观，界面及动画效果看	比较不同意	计数	4	0	0	4
	中立	计数	2	0	4	6
	比较同意	计数	9	1	1	11

起来美观、舒心)	非常同意	计数	1	0	1	2
总计		计数	16	1	6	23

百分比和总数是基于响应者。

Q10_行 3*CLU5_3 交叉列表

			Average Linkage (Between Groups)			
			1	3	4	总计
10、对于智能营销系统产品质量维度，我的使用体验是(10、使用稳定，流畅不卡顿、加载速度快、不闪退等)	比较不同意	计数	2	0	1	3
	中立	计数	4	0	3	7
	比较同意	计数	9	1	1	11
	非常同意	计数	1	0	1	2
总计		计数	16	1	6	23

百分比和总数是基于响应者。

Q10_行 4*CLU5_3 交叉列表

			Average Linkage (Between Groups)			
			1	3	4	总计
10、对于智能营销系统产品质量维度，我的使用体验是(10、操作便捷，常用操作可快速找到或批量操作)	中立	计数	3	0	3	6
	比较同意	计数	12	1	2	15
	非常同意	计数	1	0	1	2
总计		计数	16	1	6	23

百分比和总数是基于响应者。

Q10_行 5*CLU5_3 交叉列表

			Average Linkage (Between Groups)			
			1	3	4	总计
10、对于智能营销系统产品质量维度，我的使用体验是(10、系统易学性，可无需额外培训即可知如何使用)	比较不同意	计数	0	0	1	1
	中立	计数	2	0	3	5
	比较同意	计数	13	1	1	15
	非常同意	计数	1	0	1	2
总计		计数	16	1	6	23

百分比和总数是基于响应者。

Q12*CLU5_3 交叉列表

			Average Linkage (Between Groups)				
			1	2	3	4	总计
如果有合适的场合，您愿意将智能营销系统推荐给其他人	5	计数	2	0	0	0	2
	6	计数	3	0	0	5	8

的可能性是多少？	7	计数	7	0	0	2	9
	8	计数	4	0	1	2	7
	9	计数	0	0	0	2	2
	极有可能	计数	1	1	0	1	3
总计		计数	17	1	1	12	31

百分比和总数是基于响应者。

1.3.1 智能营销系统客户特征单变量与分组之间的关系

利用交叉表分析单变量与分组之间的关系，由于之前客户分类中得出组 1 和组 4 的分类结果，分析得出如下特征：

1 组客户特征：年龄集中在 18-35 岁，在银行任职时间在 6 个月-2 年间，使用台式电脑、笔记本办公为主的客户经理。

4 组客户特征：年龄集中在 26-45 岁，在银行任职时间在 1 年以上，使用台式电脑、笔记本办公为主的管理决策者以及客户经理。

可以从上面的特征分析中得出，办公设备这一特征不是分类的主要因素，可以去除该特征问题。

请问您的年龄在下哪个区间？ * Average Linkage (Between Groups) 交叉表

计数

		Average Linkage (Between Groups)					
		1	2	3	4	5	总计
请问您的年龄在下哪个区间？	18-25 岁	3	1	0	1	0	5
	26-35 岁	16	0	1	6	1	24
	36-45 岁	0	0	0	5	0	5
总计		19	1	1	12	1	34

您的工作岗位类型？ * Average Linkage (Between Groups) 交叉表

计数

		Average Linkage (Between Groups)					
		1	2	3	4	5	总计
您的工作岗位类型？	客户经理类（对公）	12	0	1	4	0	17
	客户经理类（零售）	5	0	0	2	0	7
	管理决策类	1	0	0	6	0	7
	风险内控类	1	0	0	0	0	1
	其他（请填写）	0	1	0	0	1	2
总计		19	1	1	12	1	34

您担任现职已多久? * Average Linkage (Between Groups) 交叉表

计数

		Average Linkage (Between Groups)					
		1	2	3	4	5	总计
您担任现职已多久?	6 个月及以下	1	0	0	0	1	2

	6 个月以上至 1 年	6	0	0	0	0	6
	1 年以上至 2 年	12	0	1	1	0	14
	2 年以上至 3 年	0	0	0	2	0	2
	3 年以上	0	1	0	9	0	10
总计		19	1	1	12	1	34

您常使用的办公设备是什么？ * Average Linkage (Between Groups) 交叉表

计数

		Average Linkage (Between Groups)					总计
		1	2	3	4	5	
您常使用的办公设备是什么？	台式电脑	13	1	0	8	0	22
	笔记本电脑	6	0	0	3	1	10
	智能手机	0	0	0	1	0	1
	平板电脑	0	0	1	0	0	1
总计		19	1	1	12	1	34

1.4 分类客户卡片

1 组客户的客户卡片：



王富贵

男，30 岁，对公客户经理，任职1年以上至2年

日常工作就是要找到对的客户，向客户推荐对的产品，进而完成自己的KPI；
需要学习产品及业务相关知识

营销过程中遇到的问题

遇到最多的高频问题是以下6个：
1、无法对客户精准营销，客户画像不够丰富；
2、业务知识无统一来源，疑难问题无人解答；
3、客户消息提醒不及时，阻碍客户维系工作；
4、新营销机会来源不合规稳定，拓展客户困难；
5、营销任务下发方式混乱，无法支撑任务全过程跟踪；
6、营销信息传递不及时，上下游无直接沟通渠道

认为营销系统已经解决的问题

在遇到的6个高频问题里，目前系统已经解决了其中4个：
1、无法对客户精准营销，客户画像不够丰富
2、业务知识无统一来源，疑难问题无人解答
3、客户消息提醒不及时，阻碍客户维系工作
4、新营销机会来源不合规稳定，拓展客户困难

智能营销系统的常用功能

使用频率高的功能如下：
1、营销洞察（各种数据报表）
2、营销机会（对公）
3、我的任务（对公）
4、(访客日志)
5、(知识库)
6、我的管户（对公）
7、(业务问答)
8、(贷款效益测算)

对于智能营销系统多维度的体验感受

持比较同意态度的：
1、使用稳定，流畅不卡顿、加载速度快、不闪退等
2、数据价值佳，报表丰富且数据准确
3、使用人性化，报表查询导入导出灵活、文案准确等
持中立态度的：
1、业务匹配度高，对实际营销工作有很大帮助
持比较不同意态度的：
1、界面美观，界面及动画效果看起来美观、舒心
总结：系统在性能方面得到了认可，在功能及UI界面上还需要改进

对于智能营销系统的总体评价

1、7成的概率愿意将智能营销系统推荐给其他人
2、对智能营销系统的总体评分：81分

4 组客户的客户卡片：



张高管

女，35 岁，xx银行业务部总经理，从事银行营销业务管理工作，任职时间5年

银行数字化转型，减轻一线员工营销压力，提高行内营销管理效率，提升本行竞争力是第一目标

营销过程中遇到的问题

遇到最多的高频问题是以下5个：
1、大多数是营销信息传递不及时，上下游无直接沟通渠道；
2、营销任务下发方式混乱，无法支撑任务全过程跟踪)；
3、无法对客户精准营销，客户画像不够丰富；
4、营销过程管理不够清晰，上级不清楚下级的工作进度；
5、营销结果无清晰透明展示，业绩考核存在漏洞；

认为营销系统已经解决的问题

解决了最多的高频问题是以下5个：
1、新营销机会来源不合规稳定，拓展客户困难；
2、营销任务下发方式混乱，无法支撑任务全过程跟踪；
3、客户消息提醒不及时，阻碍客户维系工作；
4、业务知识无统一来源，疑难问题无人解答；
5、营销结果无清晰透明展示，业绩考核存在漏洞；
在遇到的5个高频问题里，目前系统已经解决了其中2个：

智能营销系统的常用功能

使用频率高的功能如下：
1、营销机会（对公）
2、我的管户（对公）
3、客户提醒（零售）
4、工作督办
5、飞单排查
6、访客日志
7、营销洞察（各种数据报表）

对于智能营销系统多维度的使用体验感受

1、对【功能实用，系统对我的实际工作有帮助】多数持比较同意态度
2、对【界面美观，界面及动画效果看起来美观、舒心】持中立态度较多
3、对【使用稳定，流畅不卡顿、加载速度快、不闪退】多数持中立态度
4、对【操作便捷，常用操作可快速找到或批量操作】持中立态度
5、对【数据价值佳，报表丰富且数据准确】多数持比较同意态度
6、对【使用稳定，流畅不卡顿、加载速度快、不闪退等】持比较同意态度
7、对【系统易学性，可无需额外培训即可知如何使用】持中立态度

总结：对智能营销系统的功能、数据价值、系统稳定性还是比较认可，系统界面、系统操作简便性以及易学性认为需要优化的

对于智能营销系统的总体评价

1、7成以上的概率愿意推智能营销系统荐给其他人使用
2、对智能营销系统的总体评分为82分

2 思考：客户模型应用在小组产品的设计方法

2.1 产品优化方向

根据智能营销系统满意度调查问卷中得出的两类客户模型卡片，客户对于系统的满意度还是存在一定的提升空间的，可以认为智能营销系统存在需要优化的方向有：

1、需要调研银行营销、营销管理过程中智能营销系统未解决的问题，优化系统功能。

2、对智能营销系统界面设计、系统操作简便性以及易学性进一步优化。

2.2 产品设计理念

对各业务场景数据进行融合治理和建模分析，为协同工作进行数智赋能，提升工作效率和质量，为科学、高效决策和有效管控助力，为业务快速发展赋能。帮助银行实现数字化转型。