

文章编号: 1007-5399 (2014) 03-0009-02

浅析大数据在邮政企业的应用

陆一鸣

(江苏省邮政公司, 江苏 南京 210066)

摘要: 文章阐述了大数据的基本特点, 介绍了大数据在邮政企业的应用情况, 提出了大数据思维和方法, 并从数据采集、分析、使用等方面探讨了邮政企业应用大数据的相关策略。

关键词: 大数据; 渠道; 分析; 应用; 隐私

中图分类号: F61

文献标识码: A

随着计算机技术的成熟和互联网、移动通信技术的发展, 数据的获取、存储和分析能力得到飞速发展, 在很多领域人们利用全面数据、完整数据和系统数据, 探索现实世界的规律, 获取过去不可能获取的知识, 得到过去无法企及的商机。

1 大数据的基本特点

1.1 不是随机样本, 而是全体数据

在数据处理更加快速、简易的条件下, 要分析与某事物相关的所有数据, 而不是依靠少量的数据样本。例如, 谷歌通过对整个美国几十亿条互联网检索记录的分析, 推测出各城市的流感状况, 其分析样本就是全体数据, 通过全面的数据得出结果。

1.2 不是精确性, 而是混杂性

数据量的大幅增加导致错误数据混入数据库, 对数据结果产生影响。大数据通常用概率表示, 而不是确凿无疑。FARECAST系统通过近10亿条价格记录帮助预测美国国内航班票价, 准确度高达75%, 用这个工具购买机票的旅客平均每张机票节省50美元。事实证明, 大数据的简单算法比小数据的复杂算法更有效, 而往往效率比准确更重要。

1.3 不是因果关系, 而是相关关系

用数据表达, 数据显示“是什么”就够了, 不必知道“为什么”。数据可以显示事物背后的因果关系。

随着社会的发展, 数据的定义和内涵也在更新, 数据不再是冰冷的数字, 而是内容丰富、包罗万象的各种信息, 它可以更好地促进社交沟通, 服务到每个人, 并且使商业变得更有乐趣。例如, 行车路线、经常出现的地点、经常购买的物品、社交网络上的观点和言论等, 都可能成为个人数据的一部分。它们切实出现在生活的每时每刻, 其应用也在不断拓展和加速, 得到了商界的高度关注, 并尝试应用。作为大型公共服务行业的邮政, 数据应用水平的高低较很大程度上决定了未来发展的空间, 值得邮政研究和关注。

2 数据在邮政企业的应用

2.1 邮政企业数据的种类

当前邮政企业采集的数据主要分为以下三类: 一是量收

数据, 包括收入、业务量、利润等。二是用户数据, 用户用邮的基本信息, 包括地址、姓名、联系方式等基本数据。三是运营数据, 包括单位的财务数据、房屋车辆设备信息、人员数据等。

2.2 邮政企业数据采集的渠道和方法

一是终端采集。通过营业网点、投递员、社会加盟机构、服务站等实物终端采集各种数据信息。二是网络采集。通过网站、电子邮政渠道、11185客服中心等, 采用注册登录、浏览、呼入呼出等行为采集数据信息。三是消费采集。通过客户消费行为, 如存款、订报刊、寄送邮件等获取信息。四是第三方采集。通过与合作伙伴, 如保险公司、证券公司、政府部门、媒体的资源置换, 或向数据公司购买, 取得数据信息。

2.3 邮政企业数据的主要特点及问题

一是数据分散、集中度差。采集的渠道和方式较多, 因此数据较为分散, 分布于邮政企业各个部门, 各自为政。由于机制的原因, 各部门分别使用数据信息, 集中使用的效率较低。二是数据内容单一, 实用性差。目前的数据信息主要为用邮的基本信息, 包括姓名、年龄、联系方式、住址等, 内容浅、分析性差, 数据采集的工具和模板落后。三是数据时效性差, 维护更新不及时。由于数据采集手段陈旧, 部分数据并非通过网络信息渠道采集, 更新周期长, 缺少基本维护, 信息有效性大打折扣。

3 大数据思维和方法在邮政企业的应用

受数据采集渠道和分析能力的限制, 邮政企业大数据分析的能力在短期内无法迅速提高, 但一些方法和思维可进行尝试和应用, 经营管理人员在其中应进行更多的思考 and 实践, 短期内可以考虑从以下几方面入手。

3.1 关注大数据的几种思维方式

一是认识到数据是一种商业资本, 一项重要的经济投入, 能够用来激发新产品和新型服务, 而不是邮政企业一般意义上认为的经营支撑。二是关注数据的潜在价值。数据都有价值, 分析角度和应用领域不同, 效果截然不同。同样的用邮数据, 尝试从不同角度进行分析, 在不同行业领域进行使用。三是数据的价值关键在于使用, 而不是占有。邮政企

业拥有大量数据,但使用效率却不高,在使用上缺少动力和方向。四是一切皆可量化。这里的量化是指数据化而不是数字化,可以将文字、方位、沟通都变为数据进行定量分析,用来指导市场决策和管理。在邮政企业实际中,产品的研发、推广,计划目标的下达,都要以数据为支持,这样更具科学性。在市场拓展中,要将客户和潜在客户量化,金融业务要关注用户的总资产、分类资产的状况,邮务类业务要关注客户用邮额和分类,确定用户用邮习惯。

3.2 选择和转移数据采集的主要渠道

目前,邮政企业数据采集的渠道主要为终端采集,营业、投递等终端原始采集方式存在成本高、维护慢、客户被动性强等弱点,分析整理效率较低。未来应主要通过移动互联网软件、业务信息系统、网站、第三方进行采集,并尝试通过企业官方微信、微博、APP软件等方式采集数据和信息。在发展代理业务过程中,如寿险、车险、机票、移动、代缴公务类收费项目等,可以从第三方获得更多用户信息。这些企业的用户信息相对成熟,也相对完善。传统渠道主要对部分数据进行核实和更新,而不承担基础采集工作,一方面可降低基层网点服务人员的工作强度,使他们能够更加专注于客户服务工作,另一方面还可以提高数据采集的真实性和有效性。

3.3 增加数据采集的容量和范围

目前邮政采集的信息内容远达不到商业运用的要求,主要为基础信息,对用户的消费信息、喜好、社交关系、生活习惯等涉及较少。这些数据分析起来较片面,无法了解市场规律并应用于商业实践。在采集过程中,如在新用户注册、活动调查中增加采集信息容量,通过一定的成本付出增加采集的信息面,使客户乐于贡献更多真实的私人信息。重视日常经营活动中的数据采集,如用户购买邮品,不应只进行付款交货行为,还应记录购买人、购买物品、消费水平等信息。寄送类业务,如目前快速发展的国内国际小包业务,应注重收集用户购买物品的类别、频次等信息。报刊发行业务应重点收集用户订阅报刊的种类、价格、订阅量等信息。这些信息能有效反映客户的消费能力和消费习惯,甚至可以分析用户的生活状态,非常具有商业价值,应成为今后邮政企业信息采集的重点。

3.4 多维度分析和应用业务数据

当前邮政企业主要应用的数据有两类:金融数据和函件数据。金融数据主要为存款数据的分析,包括存款结构、到期日期、转存转出流向等数据,应加大对理财习惯、刷卡消费习惯、用户收入水平等分析,通过数字分析背后的用户隐藏信息,为金融专业和其他专业发展业务做准备。函件数据目前主要为地址信息库,针对内容单一的特点,应尽快丰富数据内容,通过其他专业、社会渠道丰富数据内容,使数据对内对外更具使用价值。应加强对集邮、报刊发行、电子商务、分销用户数据的分析,详细记录消费数据,形成消费喜好、消费习惯、消费水平等分析结果,指导形成市场开发和

营销方案。要加强对代理业务数据的再利用,通过分析合作方的用户数据,用于邮政对公业务的发展。通过对用邮数据的分析,为第三方提供有偿数据服务。通过现有业务数据,分析整体市场环境变化和业务发展趋势,有针对性地制订应对措施,实现与市场现状的接轨。

3.5 重视分析企业日常运营数据

数据的应用不仅是在市场层面,在企业内部运营过程中也应得到广泛应用。对设备运转、车辆行驶油耗、基础资源消耗、人员流动等信息,应进行周期性分析,借鉴现代企业先进的分析模板,对企业运营管理中的问题进行诊断分析,提出改进措施和方法,不断提升企业管理水平。邮政企业尤其要重视数据的真实性,通过信息化手段不断规范信息的录入和上传,使数据分析更加真实可靠。

3.6 建立更加集中、统一、专业的数据分析应用机构

目前,邮政企业的数据分析人员主要集中在信息技术部门和函件专业。应打破技术和业务界限,成立邮政企业的数据服务和分析中心,省市层面成立二级单位,集中各种企业运营数据、业务数据,并在市场部成立数据应用BIU团队,进行专业策划,使分析结果能够有针对性地供各专业、部门使用。组建专门的数据分析团队,领军人才可以从外部数据公司、咨询公司或大型零售企业引进。数据团队应具有高水平的收集和分析能力,熟悉先进的信息技术平台,具有清醒的商业洞察力,既懂技术又懂经营。省级层面在下发大量基础数据的同时,应策划更多的数据应用方案。采用有偿和内部结算的方式,对数据合理估值,推动以效益为导向的数据使用。通过系统软件的创新和升级,打通各部门、专业目前使用的信息系统,在数据上实现集中和共享,力争实现一次录入,全网使用。

3.7 关注数据的信息管理和隐私保护

在数据采用和使用过程中,要建立隐私保护模式。加强数据使用者保护他人隐私的责任意识,而不是将重心放在收集数据要取得个人同意上。取得个人同意在法律上往往出现不健全的情况。在使用数据进行项目推广时,应正确和谨慎对待评估使用带来的法律风险和个人隐私问题。在对外提供数据服务时要更加谨慎。

在大数据时代,大数据往往会成为企业竞争力的来源,甚至会导致行业结构和格局的变化,同时也涌现出很多新兴商业模式。邮政作为涉及金融、传媒、文化、物流、电子商务等多个领域的大型企业,数据的高效应用必将成为未来可持续发展的重要基础和动力。邮政企业必须高度重视大数据的技术发展和应用实践,结合实际,积极应对,争取在未来的数据潮流中立于不败之地。

收稿日期:2014-02-06

作者简介:陆一鸣(1979~),男,江苏启东人,经济师,主要从事邮政经济和管理研究。