

电信企业如何成功实施数据挖掘项目 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/274/2021\\_2022\\_\\_E7\\_94\\_B5\\_E4\\_BF\\_A1\\_E4\\_BC\\_81\\_E4\\_c67\\_274039.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/274/2021_2022__E7_94_B5_E4_BF_A1_E4_BC_81_E4_c67_274039.htm)

电信南北市场的拆分，电信业务领域的全面开放，小灵通和移动业务的激烈竞争使得目前的中国电信市场烽烟四起。“客户 - 产品 - 市场 - 利润”成为目前各电信运营商的基本发展思路，在海量的业务数据基础上，我们的电信企业是否能清楚的分析自己和主要竞争对手的情况呢？他们可以利用的手段和工具又有哪些呢？本文将简单介绍电信企业在实施数据挖掘项目时需要注意及准备的一些方法和措施。电信行业的当前背景和信息需求在我国正式加入WTO以后，国外资本将逐步进入我国电信市场，国际化的市场环境要求国内的电信运营企业在经营管理上能够迅速赶上国外的先进水平，以迎接电信运营业的国际化竞争。同时随着国内电信行业改革和重组的不断深化，国内电信业务的市场环境将渐趋合理，竞争将日益加剧。国内、国际电信业的竞争态势，对电信运营企业的服务意识、服务内容、服务方式、服务质量、以及经营管理水平等均提出了严峻的挑战，要求国内的电信运营企业在经营理念、管理模式上能有一个较高层次的飞跃，以求在电信运营业日益残酷的国际化竞争中立于不败之地；同时，也要求国内电信运营企业传统的以产品为中心，以营业窗口为基础的经营模式，逐步向以客户为中心、以数据为中心、以信息为基础的模式转变。

电信运营商发展中面临的挑战 图1：电信运营商发展中面临的几个挑战

客户对服务的要求越来越高，不同的客户群体将产生不同的需求。一成不变的市场战略不再

能满足多样化发展的客户需求。市场和服务的竞争，导致各运营商间开始更激烈的客户群体争夺，客户的忠诚度和贡献度开始降低，对优质客户流失的倾向分析变的日益重要。产品和服务的生命周期都在发生着很大的变化，从中国移动通讯市场上各类服务和个性套餐的推出数量和频度的事例中可见一斑。电信运营商产品和服务的基石——客户随着国内电信市场基本运营模式的转变，各项产品和服务的使用者逐渐成为市场的主导，没有使用群体的产品和服务将很快被市场淘汰。对现有客户群体分析并进行有针对性的服务和产品设计变得越来越重要，甚至成为各运营商利润保证的手段之一。（见下图）图2：客户群体划分的价值说明在这个目标下，目前各电信运营商对客户信息分析和挖掘的主题大致可以分为如下几类：100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)