



領先的數據顧問品牌

釋放零售數據力-從CDP到RMN

LnData 產品長 丁士翔 Jake



Agenda

01 品牌簡介

02 零售產業數據痛點

03 CDP - 掌握顧客360°數據

04 RMN - 零售媒體新商機

Bonus





About LnData

品牌簡介





關於我們

領先的數據顧問品牌

LnData 是台灣的數據顧問公司，藉由多元先進的各類數據服務，協助企業進行數據採集、數據清洗、數據治理到最後的數據應用，將最真實且完整的數據運用在每次商業決策中，取得市場先機。



L n D a t a

Why Us?



最豐富的第一方
數據管理建置經驗



最安心的數據監測公司
確保數據安全與商業機密



最全面的SaaS服務
一站式解決跨渠道數據採集





Data pain points

零售產業數據痛點





零售數據應用現況與挑戰

競爭激烈的行銷戰場

零售數據分散、難以整合

隨著電子商務和實體零售的數位轉型，零售業產生的數據量呈現爆炸性增長。但這些數據往往分散在不同系統和平台中，包括線上購物平台、實體店交易記錄等。難以整合分析。

顧客旅程破碎，
難以掌握完整輪廓

消費者在購物過程中會經過多種渠道，使得顧客旅程複雜和分散，追蹤這些零散的數據點顯得困難，導致無法形成對顧客行為和偏好的完整輪廓，難以實現精準行銷。

廣告投放效益不佳，
難以精準觸及目標受眾

在廣告投放上投入了大量資金，但若是缺乏對顧客數據的深度了解，廣告將無法精準傳達信息給目標受眾，導致廣告投放的回報率低下。



零售數據應用現況與挑戰

競爭激烈的行銷戰場

你是否也曾... 🤔

A

品牌電商官網、
App、實體門市數
據各自獨立，難以
串聯

B

無法追蹤顧客從廣
告點擊到購買的完
整歷程

C

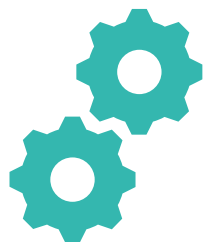
投放廣告後，轉
換率低於預期



零售數據應用現況與挑戰

除此之外...

供應鏈



庫存/物流



永續碳排



差勤管理



你是否也曾... 

A

無法獲得供應商即時數據，導致遲遲無法做出決策

B

錯估市場需求，無法準確預測庫存/物流

C

不知道如何進行碳排分析或管理

D

找不到適合的數據工具來自動化差勤管理



Customer Data Platform

CDP 顧客數據平台





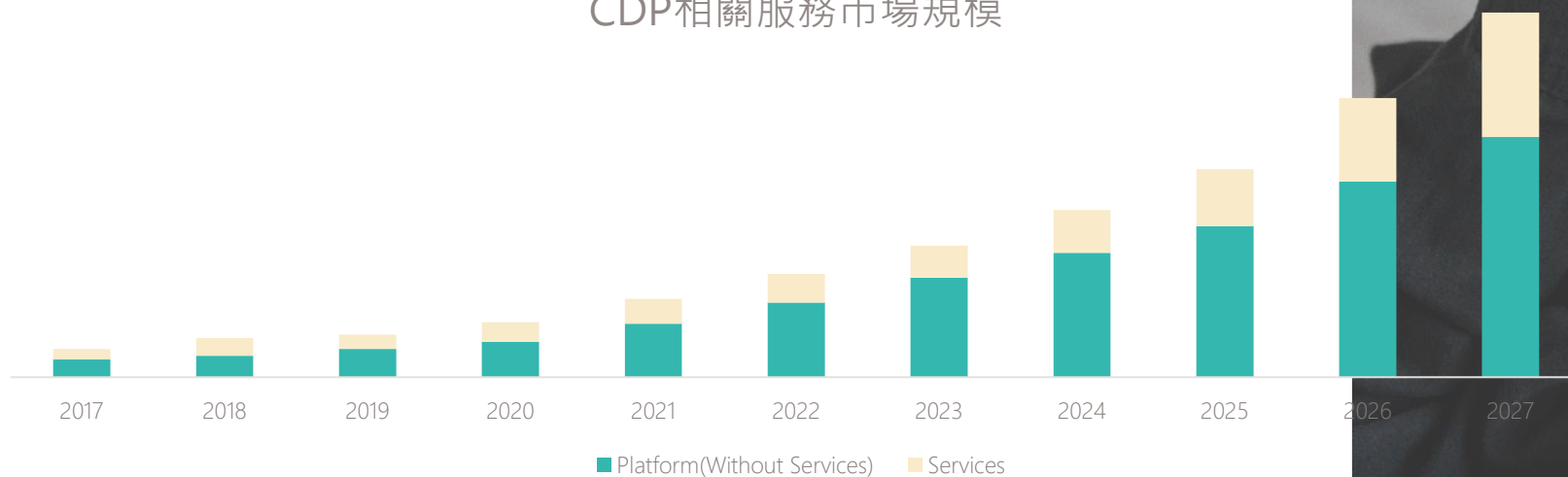
什麼是CDP？

Customer Data Platform 顧客數據平台

CDP是一種數據行銷技術，可以將來自不同來源的顧客數據整合與打通，建立每個顧客的360度輪廓，使企業能夠更全面、精準地瞭解他們，並為其提供更好的產品和服務體驗。



CDP相關服務市場規模



到 2027 年，CDP 供應商和相關服務提供商產生的收入預計將增長到 205 億美元，預測在預測期內復合年增長率為 34%。

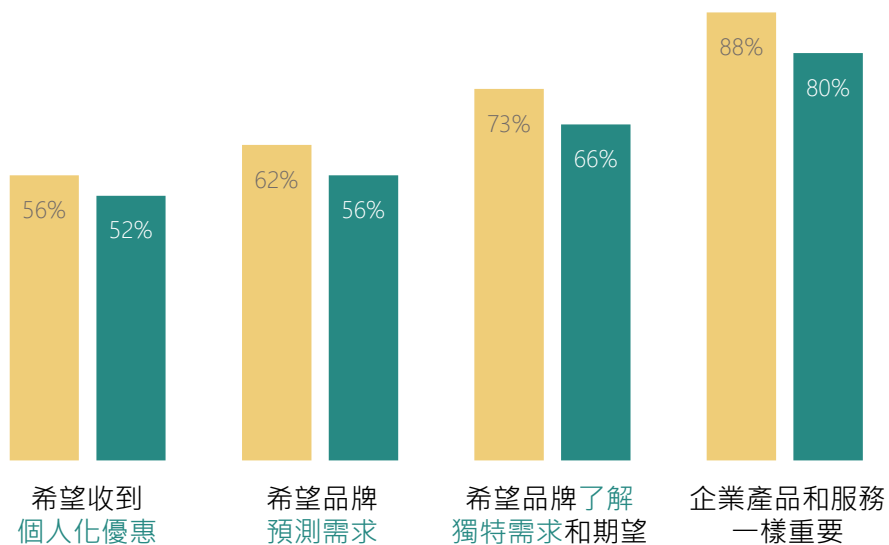
Source: Research and Markets



CDP為何重要？

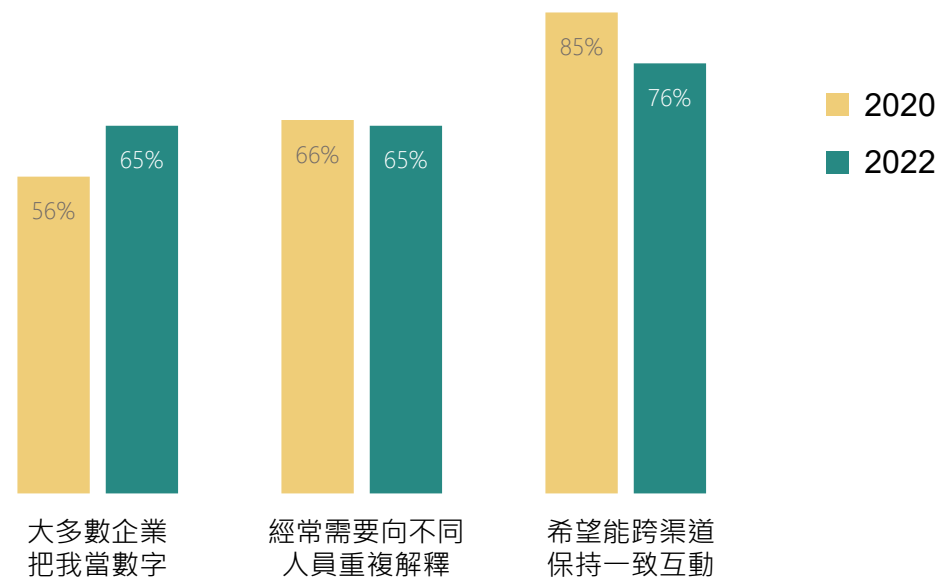
消費者足跡碎片化、Cookieless 與隱私政策阻止品牌滿足消費者個人化與一致性體驗的需求
同時，企業需要具備符合隱私合規的能力，維持消費者信任

對於個人化行銷的期待持續提升



- 消費者使用多種設備，也希望品牌能準確識別他們
- **73%** 消費者希望品牌了解他們的獨特需求和期望
- **62%** 期望品牌能預測需求。

對於無縫體驗的需求仍未被滿足

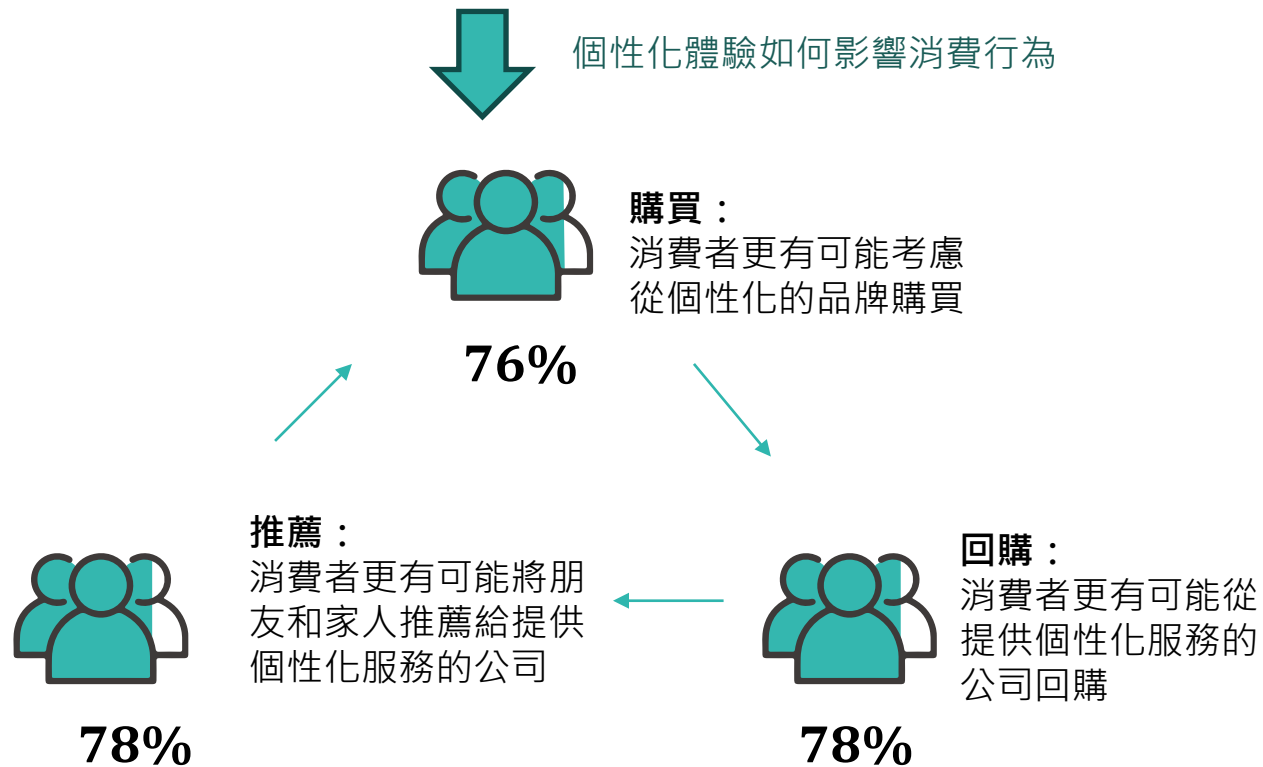


- 第三方cookie禁用後，品牌獲取數據變難且成本增加。但數據又是品牌最重要的資產，因此**值得更多的投資去收集與管理**。

CDP 如何解決零售業數據挑戰

LnData

- 打破數據孤島，建立360度顧客視圖
- 完整追蹤顧客旅程，打通顧客資料洞察消費行為
- 提供個人化行銷體驗，提升互動成效



購買、推薦和回購的可能性取決於個性化，佔受訪者的百分比

其他CDP可做到的是...

對非技術人員友善的功能和界面

強化資料處理與管理能力

數據分析/人工智慧/機器學習

資料安全與數據合規

數據出口應用整合

⋮

各家CDP系統功能並不完全一致，建議多方諮詢參考，LnData數據顧問可為您協助盤點需求進行客製或推薦。



關於打通顧客資料

透過CDP將不同渠道的用戶數據打通後，可以得到完整的顧客輪廓，進而對其進行貼標、分析、預測，得到更真實的結果。





LnData

打造 OMO 生態圈

CDP 一站式數據收集、整合、管理分析與應用平台





LnData

在那之前...



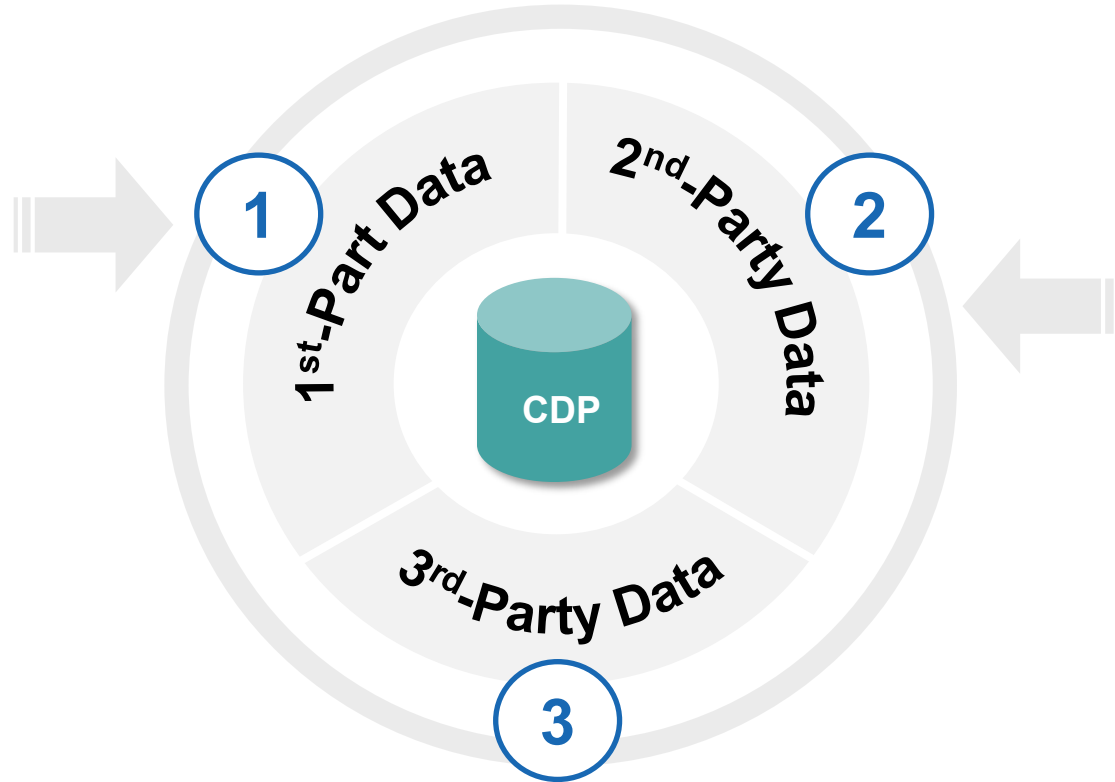
線上數據收集 - CRM / 網站 / 廣告...

第一方數據

【CRM】

名稱：Jenny
 城市：Taipei
 年齡：28
 卡號：3394xxxxxx
 城市：Taipei
 地址：台北市大安區xxx
 購買內容：化妝水
 月平均消費：\$ 5,000 +

POS
 官網
 App
 ...

第二方數據

【Ad Data】


Campaign Tags
 Campaign Objective
 Media (GDN, Facebook..)
 Media Type
 Ads Type (Pic, Video)

Product Tags
 Product (Foundation)
 Product Type (White)
 Price (High)

【LINE OA】

LINE UID : xxx123a
 名稱：Jenny
 性別：女
 城市：Taipei
 Behavior : sport / food
 Survey :
 電話：09661xxxx
 卡號：3394xxxxxx





第三方數據

【其他廣告追蹤數據】

廣告 ID (IDFA 、 AAID)
 網站行為記錄 (Click, Impression, etc.)
 Tagging :
Demographics
 Gender / Age / Education / Life Stage, etc.
Industry Preference
 Cosmetics / Maternal and Child, etc.

發票數據
 社群數據
 垂直媒體數據
 ...






線下數據收集 - Beacon / QR Code / AI Camera...

運用 Beacon/QR Code 機制，於線下場域搜集到場消費者/會員之裝置資訊，
進而獲取參與活動消費者/會員 ID



Beacon 偵測數據

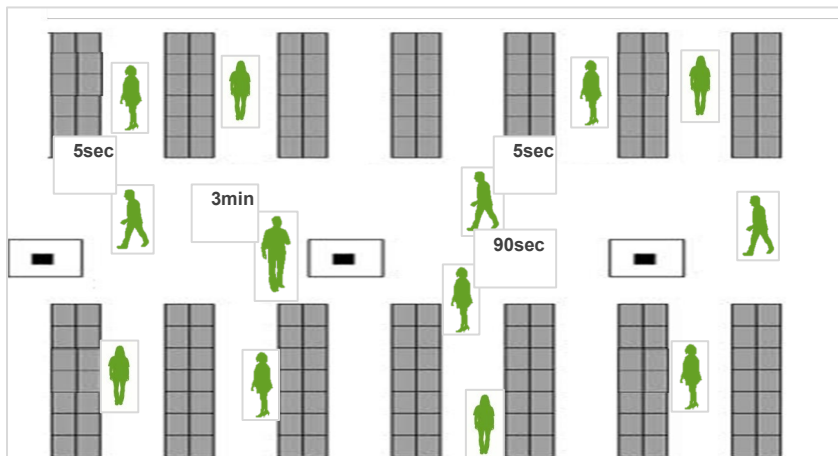


掃描 QR Code



門市消費數據

掌握消費者線下行為數據

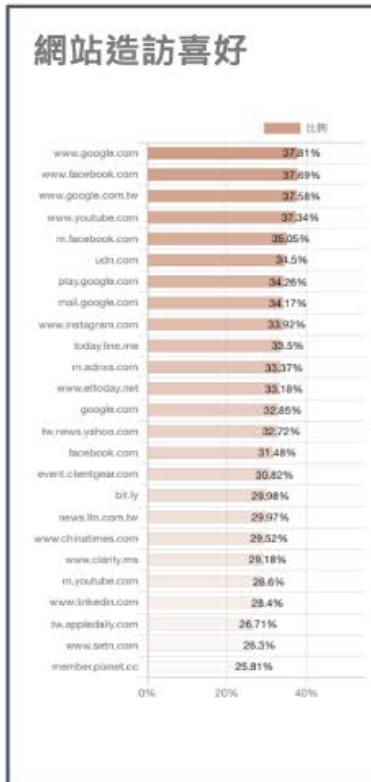
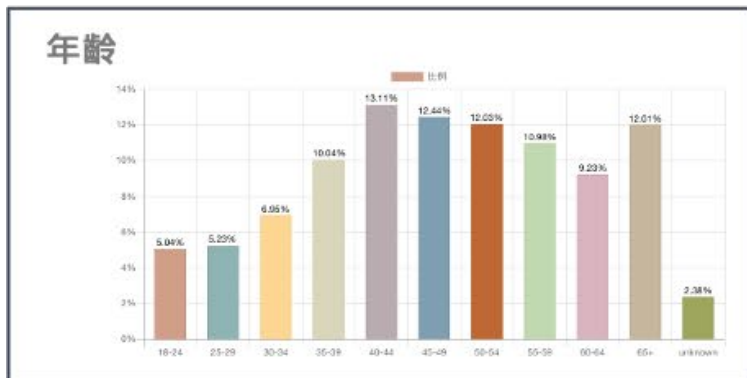
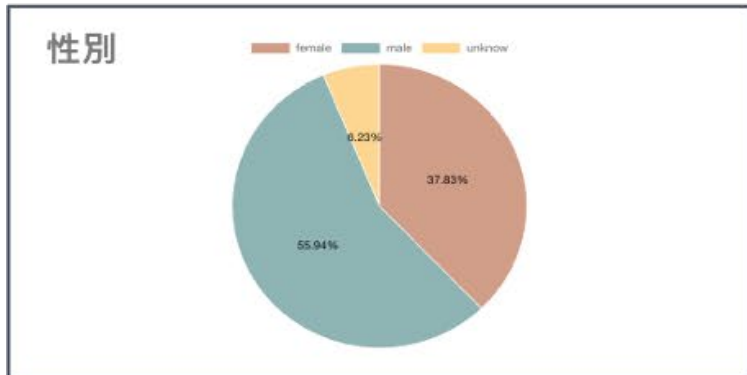


- 人口輪廓/性別、年齡
- 新/回訪客
- 停駐櫃位
- 停留時間



LnData

數據儀表板-360顧客輪廓分析



單一顧客輪廓

Jane Doe
jane_doe@gmail.com
+886 9191 300 144

Personal Information

Birth Date: 03 August 1990
Gender: Female
Location: Taipei, Taiwan
Address: 10F, No. 2, Sec. 3, Bade Rd., Songshan
Device ID: 89ABCDEF-01234567
CRM ID: CRM-10102344576

Device / Platform

Engagement

- 20 Mar 2023 Join Store Special Event
- 28 Feb 2023 Receive 300 Credits
- 28 Feb 2023 Redeem New Member 10% Discount
- 28 Feb 2023 Buy Ring at Taipei 101
- 28 Feb 2023 Visit Taipei 101 Store
- 23 Feb 2023 View Ring Guide
- 21 Feb 2023 Engagement Ring Page View
- 18 Feb 2023 View Holiday Promotion Video
- 18 Feb 2023 View Ring Advertisement
- 01 Feb 2023 Visit Taipei 101 Store
- 30 Jan 2023 Click New Member Discount Promotion
- 30 Jan 2023 Join LINE OA
- 12 Jan 2023 Like Valentine Campaign Post
- 12 Jan 2023 Follow Instagram
- 10 Jan 2023 View Ring Advertisement

Product Preference

Orders

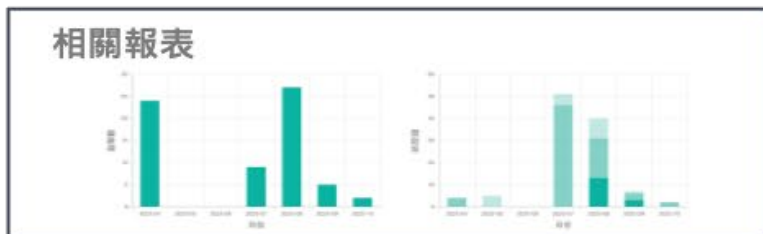
250 Products | Amount Spent: \$ 755,000 NTD

Purchase

- 30 Apr 2023 \$ 21,000 NTD
- 08 Apr 2023 \$ 2,000 NTD
- 21 Mar 2023 \$ 5,000 NTD
- 01 Mar 2023 \$ 200 NTD
- 11 Feb 2023 \$ 8,000 NTD

數據資產

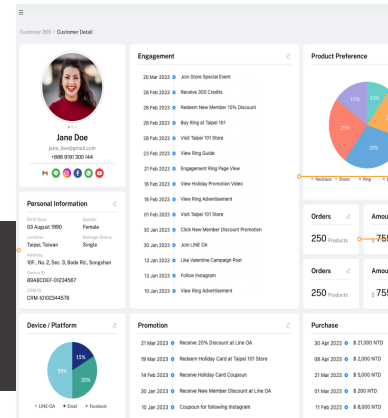
數據資產	2022-10-31	變化
TOTAL COOKIES	16,315,166	↓ 34.64% (上期: 24,962,920)
TOTAL EMAILS	1	↓ 0.00% (上期: 1)
TOTAL LINEIDS	0	↓ NaN% (上期: 0)
TOTAL PHONES	1	↓ 0.00% (上期: 1)





應用案例分享：金融產業

整合會員與外部數位足跡喜好，對受眾進行全面了解，挖掘出理財高潛力相關推廣客群



Mapping Behaviors

- 投資商品
- 信貸商品
- 股票基金
- 信用卡
- 存款
- ...

資料源整合

AI 演算

Clustering Model:

外部興趣、關鍵字瀏覽..

家管：清潔、食譜、洗衣...

工程師：資料庫、前端、程式...

新手爸媽：親子、尿布、奶粉...

新用戶分群

不熟客



股票基金

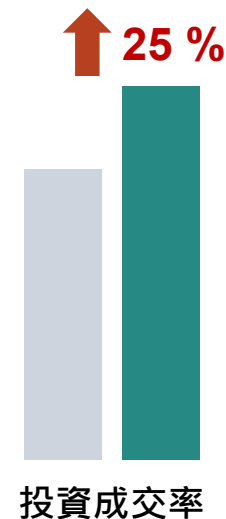
非本行卡友



存款商品

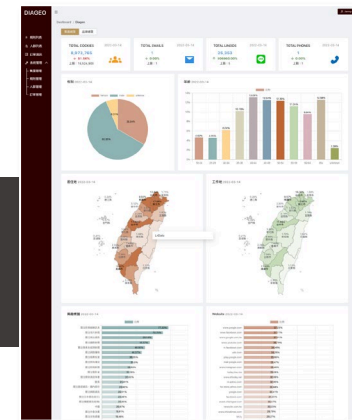
執行成效

- 投資成交率提升 **25-30%**
- 填單轉換率提升 **30-40%**



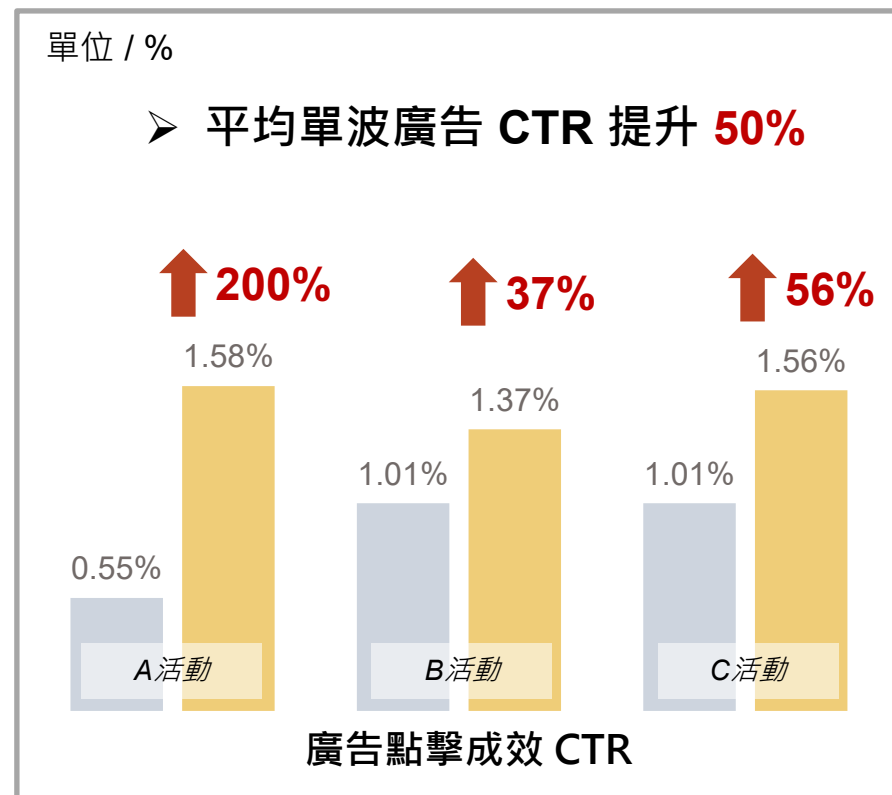
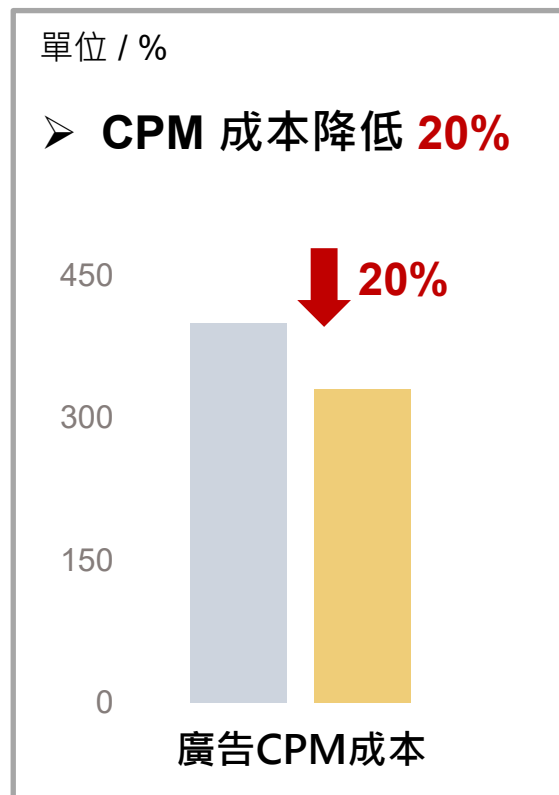
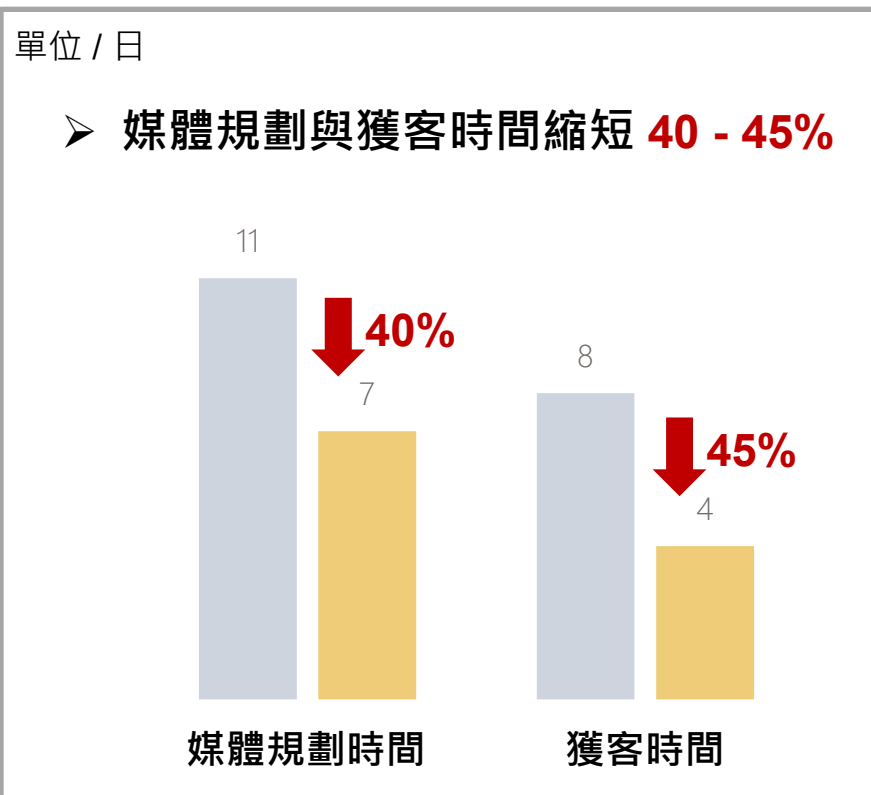


應用案例分享：FMCG 產業



透過 CDP 運用，除可有效提升廣告成效與受眾精準度外，也可增加外部受眾廣度與豐富 CRM；此外，透過數據整合來發揮長尾效益，提高單位人天產能。

■ 無系統 ■ CDP 使用後





Retail Media Network

RMN - 零售媒體新商機





什麼是 RMN

Retail Media Network 零售媒體聯播網

RMN(Retail Media Network)指的是零售通路自己發展的廣告聯播網，讓品牌可以在自家電商網站或實體零售的各個看板或版位投放廣告。



RMN 為何崛起

1. 媒體巨頭圍牆花園廣告壟斷，品牌需尋求新出路

傳統的數位廣告市場被少數媒體巨頭壟斷，形成了所謂的“圍牆花園”，品牌難以進入這些封閉的生態系統，需要尋找新的廣告投放渠道。

2. 消費者數據隱私意識抬頭，第三方數據受限

隨著消費者對數據隱私的意識不斷提高、第三方 cookie 退場，限制了第三方數據的使用，品牌需要新的數據來源進行精準行銷。

3. 零售商掌握豐富第一方數據，具備變現潛力

零售商擁有大量的第一方數據，包含使用者的完整購物歷史、瀏覽習慣、願望清單等紀錄，因此零售商可以通過建立RMN，將數據變現為廣告收入，幫助品牌精準觸及具明確消費意圖與偏好的顧客。



RMN 為什麼這麼夯

所謂RMN的崛起，
就是Amazon變全美第三大數位廣告業者的故事。

Amazon 自 2012 年起開始投入廣告業務，推出自家的零售媒體網絡（RMN），利用豐富的第一方數據和廣告投放，迅速成長為全美第三大數位廣告商，為 Amazon 帶來了每年近 500 億美元的廣告收入，還激勵了全球其他電商和零售業者，如 Walmart 和阿里巴巴，紛紛效仿投入 RMN 領域，推動了全球零售媒體網絡市場的快速發展。

台灣零售業者也都陸續推出 RMN，如MOMO、全家便利商店、外送平台foodpanda及UberEats、百貨業者新光三越、設計電商Pinkoi 等。



CDP 如何賦能 RMN



精準受眾鎖定

- 收集、分析消費者行為、偏好數據 (ex: 搜尋、上下文本、購物車、消費狀況...)
- 透過機器學系貼標將顧客分群，精準投放廣告
- AI預測，提供即時且個人化廣告內容



更多數據變現模式

- RMN廣告平台(自建/聯盟)
- 數據分析報告：將數據洞察轉化為報告，提供給品牌商或市場研究機構
- 數據市集：將數據匿名化後，在合規的前提下，提供給其他企業進行分析或應用



衡量廣告成效

- 打通站內到站外跨渠道廣告追蹤與歸因
- 追蹤廣告曝光、點擊、轉換等數據
- 完整數據更好評估 RMN 投資報酬率

導入 CDP-RMN 預期效益

自動且即時的
數據整合



數據收集與導入時間減少

40-60%

更了解你的顧客



顧客分析成本降低

80-95%

提升行銷成效與收益



轉換率提升

20-30%

忠誠度與留存率

15-50%

開拓數據變現新商機



每筆消費者數據每天預計帶來

2-3元



從CDP到RMN生態導入流程



- 整合360度消費者數據
- AI 機器學習貼標分群
- 數據資產儀錶板

- 數據隱私與去識別化
- 數據無塵室

- 廣告追蹤與程序化購買
- 建立廣告客戶後台/服務
- 廣告成效評估





願景：打造零售數據中台



打破數據孤島，
建立統一數據平台

提升數據品質，
確保數據準確與一致性

建立數據治理機制，
保障數據安全與合規

提供數據服務，
支持各種數據應用場景

- 整合360度消費者數據
- AI 機器學習貼標分群
- 數據資產儀錶板

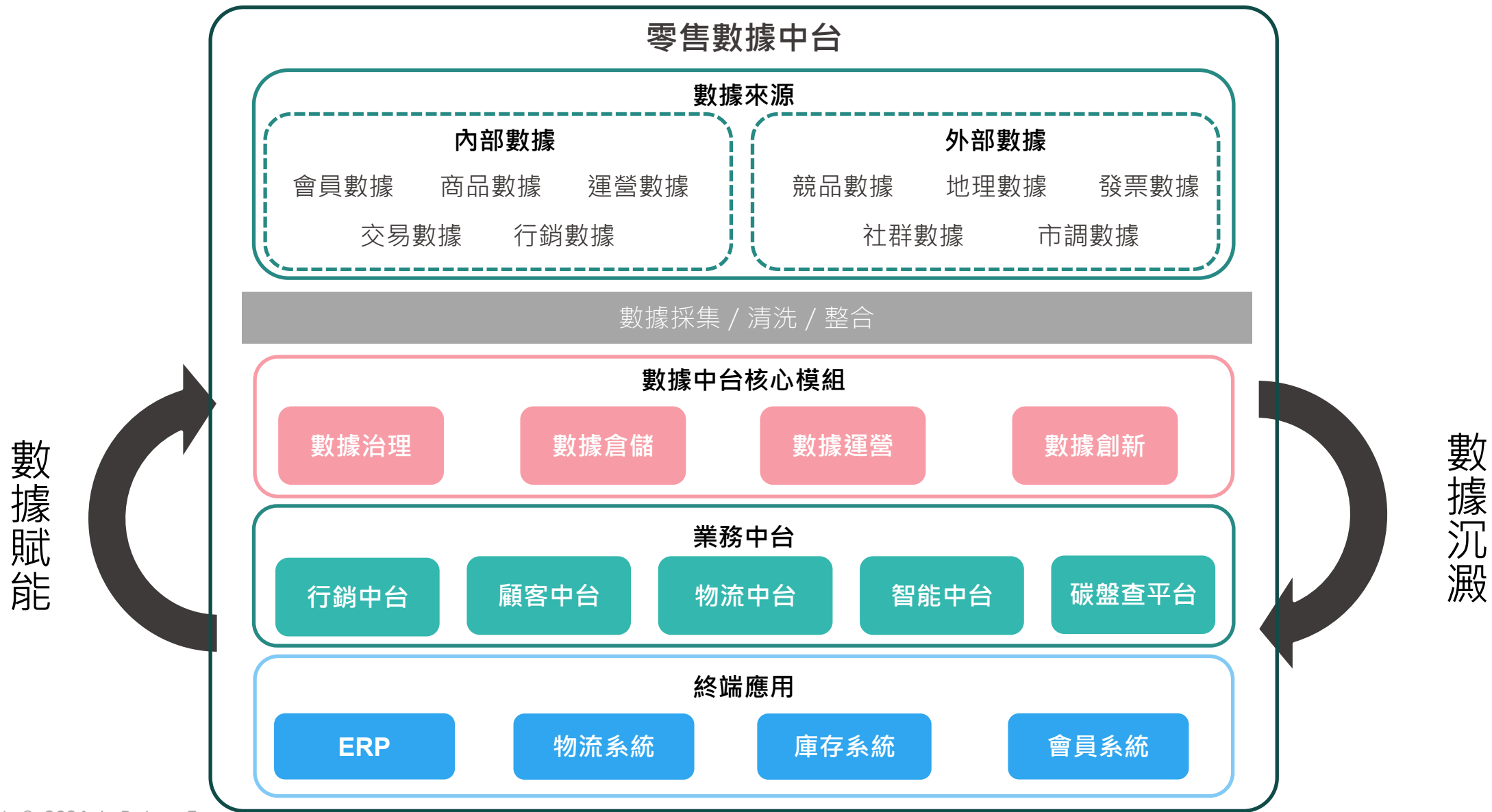
- 數據隱私與去識別化
- 數據無塵室

- 廣告追蹤與程序化購買
- 建立廣告客戶後台/服務
- 廣告成效評估

零售數據中台藍圖



零售數據中台藍圖





立即開始！

LnData

LnData 協助您釋放零售數據力，開創新商機

CDP 與數據中台是零售數據應用的基石

RMN 是零售數據變現的利器

打造零售數據中台，釋放數據力！

行銷

營運

人力

丁士翔 Jake Ting
產品長



jake.ting@lndata.com



+886 2 2394-8800 #115



+886 921-568-595



活動特別優惠與試用



ESG for Retailers

零售業的永續轉型





LnData

什麼是 Ln{Carbon} | 企業最佳的碳排計算平台

全球2050淨零目標、法規與供應鏈壓力、消費者對永續日益重視

碳盤查/碳足跡數據平台



企業匯入日常產能等碳排活動量，系統自動計算企業溫室氣體的排放量，即時呈現碳排數據；同時公式邏輯與精準度皆符合ISO14064-1等國際認證要求，協助企業實現真實的永續轉型。



為什麼選擇 Ln{Carbon} ?

企業淨零的最後一哩路



符合ISO-14064 與GHG Protocol

系統符合多項國際標準，並經查驗機構審核通過。能滿足各監管單位和供應鏈的要求，確保能夠順利實現環保和法規合規目標。



減少碳盤查人力與資料蒐集成本

減少 70 %



低門檻，高自動化

產品專注於使用者體驗，透過流程設計降低使用者的學習曲線，同時降低企業培訓成本。此外，自動化設計消除了繁瑣的數據輸入，同時保留相關單據和證明文件，顯著減少了人力和時間成本。



降低員工訓練及查證時間

降低 60 %



數據資產累積

只需輸入數據一次，便可在不同永續系統間做到數據共享，提高效率且降低錯誤風險。累積的數據資產也能應用於各種分析，例如多據點間的減量淺力分析、趨勢分析等，實現數據的最大價值。



實現永續淨零轉型效率

提升 3 倍



一站式整合，將碳排計算流程自動化



機器人流程自動化 (RPA)

- 台電後台用電度數擷取
- Google Map 運輸距離擷取



系統串聯

- 費用管理系統
- 供應商系統
- 各式ERP系統



計算流程優化

- 商務旅行
- 員工通勤