

本篇文章给大家谈谈客户标签有哪些，以及客户标签有哪些形容词对应的知识点，致力于为用户带来全面可靠的币圈信息，希望对各位有所帮助！

事实上，真的没有所谓的通用标签分类。不同的场景下，我们设定的用户画像所包含的标签都是不同的，所以很难找到一个可以泛用的标签分类来应对所有场景。如果想省功夫，可以找专业的中科聚信来帮忙，在业内的口碑一直不错。

客户标签：是通过人工智能的方式，根据用户群或者说消费者的特征提炼出来的，它是用来给用户分类的。

客户画像：它是用来更深入了解某个客户的，客户画像是针对一个客户，汇总他身上的标签，然后得到标签的总和结果。

不同行业的客户决策过程有很大分别，深入研究，说白了就是要洞彻在这个行业里，用户决定买什么、不买什么的原因和逻辑。

(1) 汽车行业

先来看汽车行业，是因为这里的用户决策逻辑比较清晰。一个准备购买汽车的用户，首先考虑的因素，一定是价格。有二十万预算，就买不了五十万的车，也不大会考虑十万以下的车。下面要挑选的，就是车型了。如果家里有两个孩子，十有八九会考虑七座车；要是单身贵族，没准会弄个跑车玩玩。这两项都是比较理性甚至刚性的约束。而在这之后，才是对品牌精挑细选。

因此，汽车行业的标签体系大体应该是：价格—车型—品牌，注意重要程度的排序是不能错的。如果从直觉上先考虑品牌、调性，那便是形式主义的思路了。

(2) 游戏行业

游戏的用户决策过程总体上令人难以捉摸，这是因为它有点儿电影、音乐一样的艺术性特质。而人们对艺术的喜爱，并不是理性的，也就难以总结规律。本人不玩游戏，也搞不清RPG、ACT、SLG、RTS、STG这些类型（不玩你这词儿可够熟的！）。那么用这些分类来做标签体系行不行？这也是形式主义的思路：因为上面的分类只是为了便于游戏组织和索引，并不是用户的决策逻辑。难道一个“RPG游戏爱好者”，会看到RPG就非玩不可，其他的游戏都不屑一顾么？

那么游戏行业就没法做了么？当然不是。要想把游戏的用户标签做好，就要深入到细分的游戏场景中去深入研究。比方说，玩slots（老虎机）游戏的用户，往往经常

换不同素材的新游戏，也就是说，将“slots”作为一个用户标签，与用户决策过程是相符的。而喜欢海岛奇兵游戏的用户，对于SuperCell新出的游戏也心向往之，此时“SuperCell”这个品牌就成了有效的用户标签。

(3) 电商行业

从消费者的角度来看，电商行业其实不能称为是一个行业，而是多个行业的集合。不过对于电商中典型的商品类型，例如服装，用户决策过程其实是相当微妙的：某个女生看了HM的某款裙子，其实无法推断出她要买裙子，也不一定是对HM情有独钟，也许仅仅是因为该款裙子某个特殊的造型。在这类商品中，“HM”或者“连衣裙”都不一定是有效的用户标签。

因此，电商行业的实际做法大家都看到了，基本上不依靠分类，完全以“单品+个性化推荐”的方法构建和使用标签体系。创略科技是国内首个CDP客户数据平台，在标签基础数据整合、标签管理、客户画像上有着突出的表现。

根据中科聚信大数据平台的分析，常见的应用场景：反欺诈、精准营销、交叉营销、客户画像、风险评估特征等方面。

相信经过小编对客户标签有哪些和客户标签有哪些形容词的介绍，你对客户标签有哪些了解更加地透彻了，感谢你对我们地支持与关注！