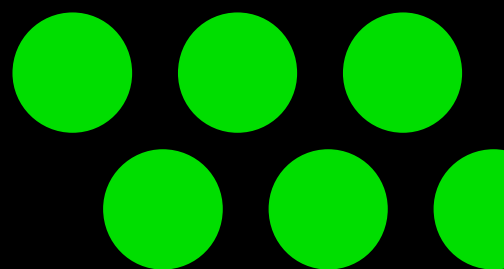


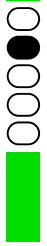
秘密金矿：

如何挖掘数据的价值？



Independent insights provided by





为何研究数据？

差旅行业面临一个棘手的问题。这一次无关员工福祉或可持续性，也不是令人头疼的疫情。这次我们讨论的是数据。

数据已经成为最热门的关键词之一，同时也是一个禁忌话题。这是一门内容丰富的学科，然而现在普通人也必须一夜之间成为数据专家。那么差旅管理公司如何挖掘数据金矿，利用数据的力量实现高绩效的差旅方案？

通过命题马拉松和FCM在雅典举办的Th!nk论坛思维风暴，我们了解了您的困难、问题和担忧。您想将报告和分析付诸行动，但又不知从何下手。大数据将让您感受到数据之“大”

您知道吗？

命题马拉松(Propathon)类似于黑客马拉松(hackathon),但有规定命题,是由FESTIVE ROAD开发的一种设计思维训练。

我们打破数据禁忌，倾听您的诉求。这不是又一份白皮书，而是一本行动手册，包含详尽的信息和实用的建议，让您自在徜徉在数据的海洋中。

创建差旅方案就像建造一座摩天大楼，而本手册就像一份出色的蓝图：您需要一位优秀的建筑师，而我们恰好将方案呈现给您。

- 迄今为止的旅程：通过Propathon和与行业专家对话揭示我们的所见所闻
- 回归本质：让我们回归本质，探讨差旅方案中的数据清理、数据频率和预订情况。
- 为您甄选：整理好您的数据仓库，无论您处于哪个阶段都能帮助您更好地推进数据旅程。
- 预测未知：听数据专家对未来的预测，看神奇的数据如何解读现状，推算未来。

迄今为止的旅程

所有旅程必有始有终。但每个企业的起点和终点各不相同。无论您在数据旅程中处于哪个阶段，我们都能帮助您顺利迈向下一步。

我们将过去一年中收集到的反馈都囊括在内——有新的、负面的甚至批判的。然而我们并没有回避，我们的目的是发现和打破差旅禁忌——所以我们为您呈现最完整的数据。

我们的所见所闻

目前差旅经理面临巨大压力。除了众多新的重点领域外，还有数据——一门高度复杂、要求具备娴熟技术的学科。正确利用数据分析，可以成为竞争优势的来源，助力企业差旅数智改革。问题是，究竟该从何下手？

这是一个充满可能性的世界，但许多差旅经理和团队无从下手——应该由谁迈出第一步？是您还是您的差旅管理公司？充分执行数据策略需要何种技能？如何有效利用所有数据？

简而言之，相当复杂。沟通很多，有效信息很少。作为收集信息的核心成员，您的差旅管理公司将为您提供全面指导。

业内人士怎么说

这些情绪也体现在整个差旅行业。一直以来，数据对旅行至关重要，是差旅政策、供应商、预算和风险管理决策的基础。然而时移世易。现在，越来越多的企业认识到利用历史数据的巨大潜力——将其转化为洞察力并带来预测性解决方案。这是大势所趋。

我们知道在过去两年中，旅游业的曝光率呈指数级增长。现在我们在业内已占有一席之地，希望通过分享我们的见解、故事和行动继续传递这种价值。

我们已经进入了大数据时代——分析师用数据讲故事，解读数字背后的秘密。

MIKE ORCHARD
FESTIVE ROAD 顾问

回归本质

我们的所见所闻都指向了同一件事情：回归旅行本质。

脱离商务旅行本质讨论人工智能、预测建模和数据挖掘毫无意义。还记得导言中我们用摩天大楼打的比方吗？

忽视本质向前迈进，就像在没有建筑图纸的情况下铺砖。即使取得一些进展，这个项目也最终注定要失败。

那么本质究竟是什么？如何解决这些问题？

数据清理

输出数据是否干净依赖于写入数据的质量。人们对数据和数据质量存在很多不信任。反映是否真实？是否准确？我能否依据这些结论制定明年的差旅战略？

如果没有精准的数据，答案很可能是否定的。要通过数据分析有效推动差旅方案就必须充分信任这些数据。因此解决常见的数据清理问题至关重要。

您知道吗？

您知道大约60%的无效数据是由人为错误造成的吗？



问题是什么?	如何表现?	什么含义?
数据错误	完整性	要使数据真正完整,就不应存在空白或缺失信息。使用信息不全的数据可能犯下代价高昂的错误,导致结论产生偏差。
	离群值	考虑可以建立哪些约束来防止“脏数据”产生。例如,对酒店支出设置范围限制,对特殊房价进行标记,确保输入数据的一致性和准确性。
趋势相悖	格式	随着数据从全球各地传入,不同地区可能会有不同的格式。例如,03/04/2022在英国表示4月3日,但在美国表示3月4日。统一格式有助于消除这些错误。
	数据关系	数据专家称之为“黑天鹅事件”。例如,疫情使趋势预测变得及其困难,因为过去两年数据异常,没有参考价值。
数据源甄别	伪数据	在测试新系统或运行检查时,相关人员通常可以进入“测试交易”,导致有些预订下单后立即取消,而这些预订仍会体现在报告中。事实上这些无效预订不需要进行报告。这是数据源甄别的范围之一。
	非实质性数据	整合全球数据必须了解并非所有后台系统都以相同的方式工作。流程不同,很可能产生的数据也有差异。例如,一个系统处理退款和重新预订。另一个系统却只增加了重新预订的额外费用,而没有记录初始退款。结果一样,但过程和数据看起来却非常不同。因此及时发现异常并进行必要的人工干预至关重要。

这乍一听让人望而生畏。但您不用紧张,企业一般都有专业数据团队提供内部支持。FCM就拥有一支由客户经理和数据科学家组成的专业团队帮助企业填补这一空缺,提供您所需的数据。

不要等到数据发生损坏才花费大量时间去修复。沟通不畅会导致效率低下。保持与团队的高效交流,从一开始就获得正确的数据。

SOLAYR LAYTON-THOMAS
IMPROBABLE 高级工资福利和税务专家

”



数据频率

“我们需要实时数据”

现在让我们来评估一下目前的情况。关于“实时数据”及其带来的好处掀起了不少热议。但这到底意味着什么？您真的需要吗？还是您只需要在合理的时间范围内获得数据就够了？

实时数据：一旦预订在系统中运行，它会通过报表链接自动进入您的数据。

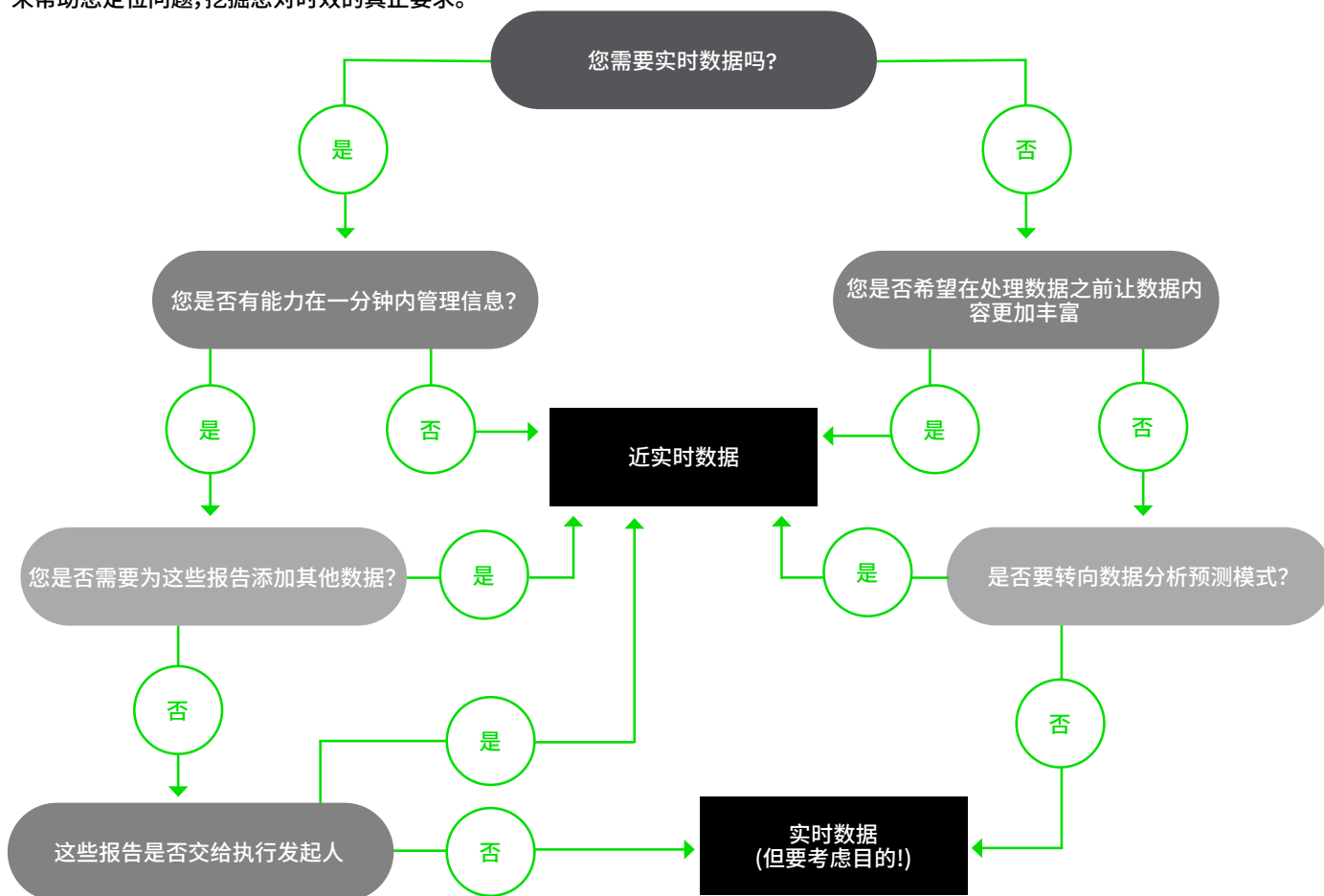
近实时数据：数据经过质量检测和提升，在15分钟内通过报表工具提供给用户

您是否仍然认为非实时数据不可？如果您坚持对海量数据进行实时采集，请先分析一下您打算用这些数据做什么？

找到这些问题的答案可能颇具难度。用下面的决策树来帮助您定位问题，挖掘您对时效的真正要求。

近实时数据只需15分钟即可获得。相比1分钟就能得到还算准确的数据，我宁愿等15分钟获取更为精准的数据。

STEPHEN PITCHER
FCM首席数据科学官



完整数据

按照差旅方案提供的正确的渠道预订并非易事。尤其当您想要获取完整差旅数据时,您会发现困难重重。您只能报告您掌握的预订数据,那如何了解那些未知的预订呢?

虽然通过正确的渠道预订听起来很简单,但在查看完整数据方面的问题时,它却是您可以获取的最佳解决方案。系统中能捕捉到越多的数据,对您做出正确的决策越有利。

当然,差旅数据不仅仅是预订数量和成本。因此了解您在寻找什么是关键所在。

“我们需要清楚,客户不在意你们收集数据的方法。总会有一些人无法按你希望的方式预订。你需要弄清楚他们是如何操作的,并将其纳入你的数据。”

SOPHIE KIM
SLALOM 高级首席顾问

“要明确你想回答的问题是什么。否则,你将陷入数据无底洞。”

JO LLOYD
全球客户管理和咨询主管

倾听您的诉求

通过差旅方案规划外的渠道预订将稀释数据的价值。





为您甄选

如果您不知道哪些数据不为您所知,您又该如何提出优化数据的要求?

您有两种选择:主动出击,或守株待兔。如果您已经获得了内部相关成员的支持,并且有资源踏上数据之旅,不要耽搁,立刻出发。您的客户经理在另一端张开双臂,迎接您的到来。

如果您尚未达到那个阶段,可以先做好内部准备工作,很可能您的差旅管理公司已经严阵以待,随时准备提供帮助。

无论何种情况,您最先知会的应是您的客户经理。它是您进入差旅管理公司数据世界的通道。作为您日常服务的咨询顾问,他们比任何人都更了解您的目标。他们将为您的数据旅程提供必要的指导和专家意见。

应该由谁跨出第一步?是要我主动向
客户经理询问,还是由他们来联系我?

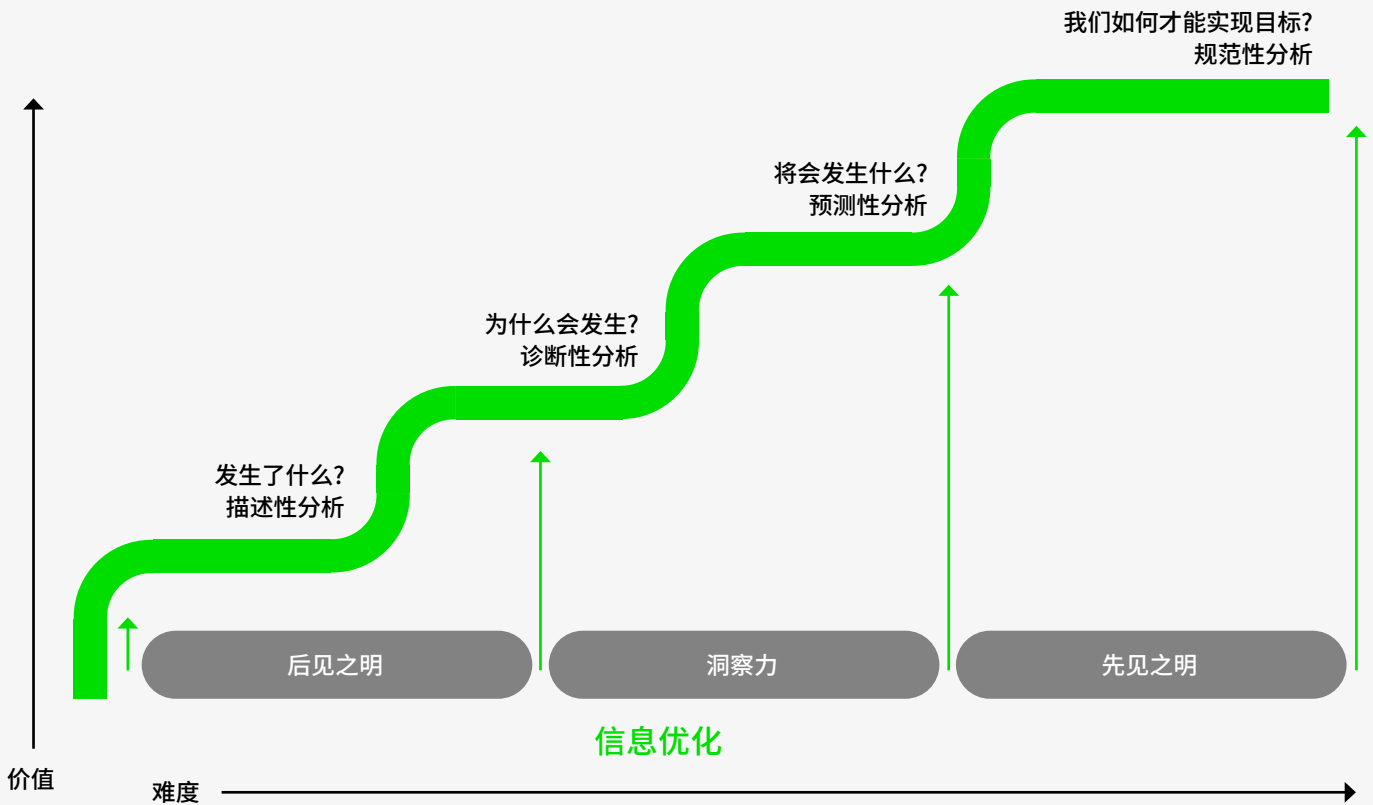
差旅购买者

沟通是影响变革、改进系统和流程最
快捷、最简单的方式。

SOLAYR LAYTON-THOMAS
IMPROBABLE 高级工资福利和税务专家

分析上升模型

您觉得您现在处于数据旅程中的哪个阶段?这个模型显示了从描述性分析(回顾发生的事情和时间)到规范性分析(如何做出改变实现某些客观目标)的进展。



如果您还处于早期阶段, 不要担心, 您不是一个人!

我们在2022年5月的Think论坛上向参与者提出了同样的问题。这是他们的回答:

描述性	56%
诊断性	31%
预测性	10%
规范性	3%

大多数人仍在使用数据来反映已经发生的事情。那么, 您打算如何一步步前进加入最顶端3%的规范性分析队伍中呢?您只需通过一个简单的、循序渐进的计划即可。



整理好您的数据仓库

关键词

● FCM 行动

● 差旅经理行动

● 联合行动



启动会议

这是一场思维碰撞的会议。如同所有良好的工作关系一样，双方需要面对面，了解对方的目标和目的，建立最佳合作方式。

首先，与企业数据负责人交流。他们可能不了解商务出行。不用担心——您的差旅管理公司会和他们直接沟通，获取相关信息。



FCM为您提取数据

从会议细节中，我们将了解到您需要哪些数据以及展现的形式。我们的数据专家团队将根据您的需求，无缝提供您所需的精确数据。



数据团队构建通道接收FCM的数据

现在轮到您的数据团队构建一个系统来接收FCM的数据。我们的专家将随时待命，确保过渡阶段流畅顺利。



FCM和您的分析团队面谈

恭喜您成功迈出第一步！在收到数据后，您需要考虑下一步：您将如何从中获得有意义的信息和见解？我们的数据团队将随时准备与您的商业智囊团和数据分析师会面，确定您数据之旅的下一步走向。



FCM数据分析培训

“我们如何将数据从被动转变为主动？”

我们将根据企业经营目标，为您提供数据分析培训。带您了解描述性分析、规范性分析等各种方法。我们不仅仅授人以鱼，更要授人以渔——除了数据转储和运行，我们还将确保您具备转换数据分析所需的所有技能。



持续咨询

最困难的阶段已经过去。是时候利用先机一路保持领先。数据世界在不断变化，您也想与时俱进。通过持续咨询，能够确保数据方案具有适应性和灵活性，持续优化您的业务。

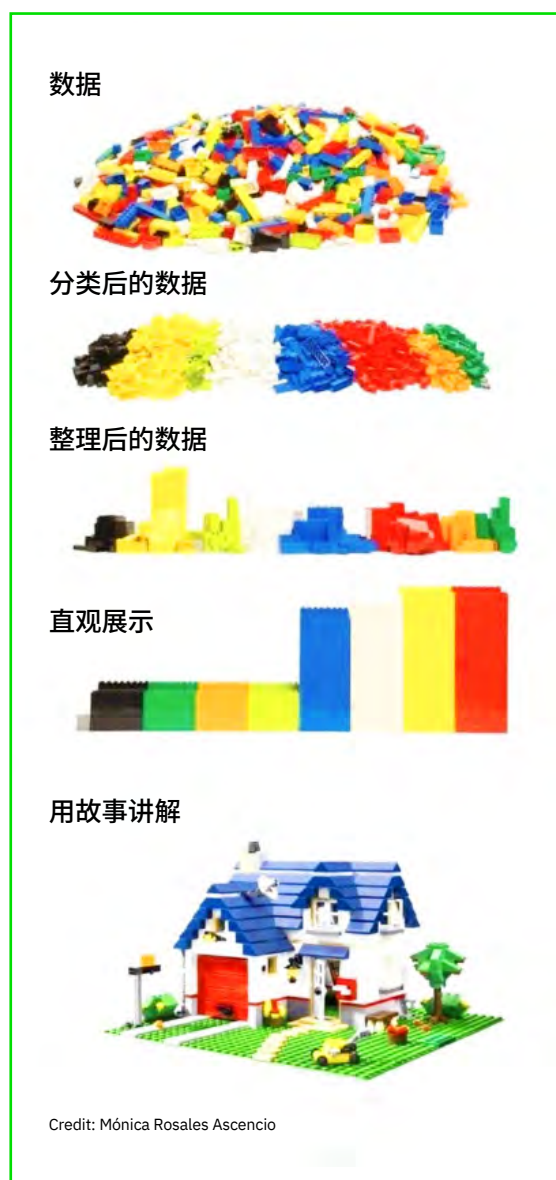


倾听您的诉求

趋势和见解是差旅管理公司的强项。我们需要可操作的见解来推动积极的变革。

预测未知

在回归本质,为企业选择正确道路之后,就该进入下一阶段——将分析从一堆数据转变成有效信息。



需要注意的事项

描述性统计分析和相关性分析只是优化数据的两种方法。与通常的运营数据不同,这种全新形式利用过去预测未来,便于企业始终占据优势,能够快速根据新趋势调整战略。

相关性分析

要成功做到这一点,光看运营数据并不够。您需要结合来自人力资源、销售和运营部门的丰富数据,才能纵观全局。

- 销售额增加了吗?别忘了同时看看差旅数据。出差是否在同一时段变得更为频繁?这种相关性说明了什么?
- 员工流动性增加了?他们的出差习惯是什么?有没有一种趋势可以解释为什么员工选择离开?
- 什么是典型的完美销售?您是否每年召开一次相同的员工留任会议,而不是每年召开四次?召开这些会议的最佳方式是什么?

人工智能

“未来已来”,人工智能已经无处不在。数据科学、人工智能和机器学习都是独立的学科,但利用它们的力量协同工作将发挥出更大的功效。虽然人工智能的认知智能尚未成熟,但狭隘人工智能却能在企业中发挥关键作用:

- 准确识别非结构化数据中的图像、对象和其他元素(如Tech Target所述);
- 使用衍生洞察力运行预测分析应用程序;发现大数据集中的模式和异常;
- 创建超个性化个人详细档案;
- 推动较少人或无人参与的自动控制系统;
- 解决情景模拟和其他具有挑战性的目标驱动问题

当您在我们的配置内创建所有数据时，您可以设置提醒，一旦发现问题即会触发通知。

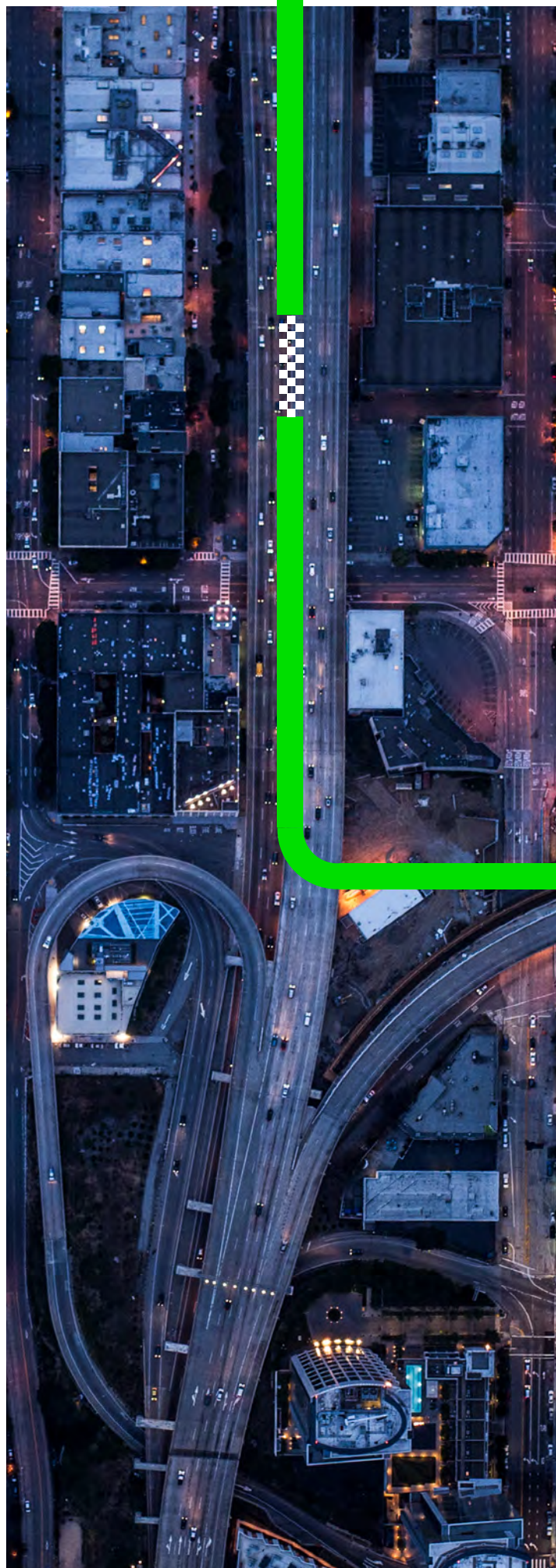
”

STEPHEN PITCHER
FCM首席数据科学官

人工智能和数据专家从未如此昂贵。未来，人工智能将替代内部专家，作为服务或第三方在大多数企业中得到更广泛应用。

”

SOPHIE KIM
SLALOM 高级首席顾问



个性化定制

个性化定制不仅仅是新分销能力或是了解旅客喜欢靠窗座位,而是我们衡量人力资本投资回报的核心指标。

差旅的本质是联系,其核心是人。数据的高度个性化让我们能够开始衡量人力资本和社会资本,体现了差旅真正的价值——对此我们一直在努力却尚未完全掌控。

在恰当的时候为客户提供个性化服务的价值无法用数字来衡量。想象一下,无论主角是谁,出于什么原因,您都可以在最恰当的时机满足他们的需求。

- 如何能更有效地激发员工的工作动力?个性化差旅政策是否有助于您更好地留住员工?

- 了解销售团队中的个人何时表现最佳,是否可以提高销售转化率?将这些信息与他们分享是否会让他们获得更大的成功?
- 当您了解了某些团队的模式和相关性,取消行程的情况是否会减少?
- 您如何通过增加对差旅人士的了解来提高他们的幸福感和满意度?
- 更深入地了解预订者和旅行者是否会影响他们的行为,提高计划内预定及合规性?
- 当数据对利润、人力和地球产生可衡量的积极影响时,是否会提升商务出行在公司业务中的地位?



数据难题

这个世界不存在十全十美。数据并不是万能的,这里有几个参考问题让您对数据有更深刻的认识,您也可以随时抛出这些问题:

- “我们现在能够依赖预测分析模型吗?对未来的预测是基于对过往趋势的分析。但最近的情况与我们的未来发展完全不同……”
- “收集这些数据对环境有什么影响?运行数据仓库需要消耗大量能量。尽可能多地收集数据以备不时之需是一个可持续的概念吗?”

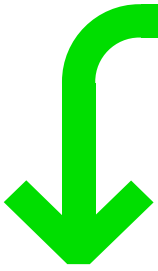
许多行业已经收集储存了尽可能多的数据,以备不时之需。整体来看,这对环境的影响是巨大的。一旦数据量变得及其庞大,您就必须考虑存储带来的影响

SOPHIE KIM
SLALOM 高级首席顾问

预测未来变得愈发艰难。回首过去两年对人们行为带来的改变,我们已经无法根据疫情前收集的数据来预测疫情后的行为。

SOPHIE KIM
SLALOM 高级首席顾问





特别鸣谢

为本手册做出贡献的所有专家, 以及带来的宝贵知识财富。



STEPHEN PITCHER
FCM首席数据科学官



SOLAYR LAYTON-THOMAS
高级工资福利和税务流动专家



SOPHIE KIM
高级首席顾问



JO LLOYD
FCM全球客户管理和咨询主管

