



AI 赋能的 营销科技趋势与实践

消費者業務增長解決方案負責人

Josie Cheng. June 2021



Josie Cheng

- AWS GCR 消费者业务用户增长解决方案负责人
- 曾任职于 Amazon / Farfetch / RED / mobike / Udacity 负责 c 端用户增长

Agenda

- 营销趋势洞见：从流水线的标准化到精准服务的智能
- 如何有效地利用数据：从 BI 到 AI，更有效数据挖掘助力商业决策
- AI 技术如何帮助营销团队的日常工作

营销趋势洞见

从流水线的标准化到精准服务的智能

你的日常生活，
有什么改变？

你的日常生活，有什么改变？



讯息渠道



决策过程



购买渠道

从 Adtech 到 MarTech

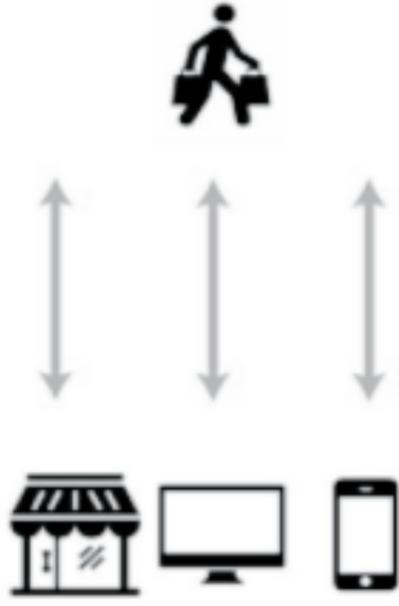
單渠道

Single Channel



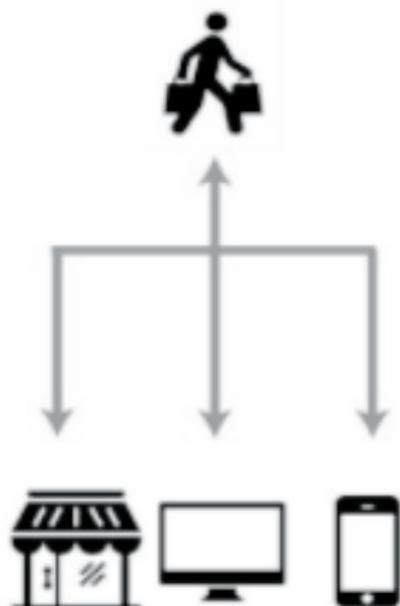
多渠道

Multi Channel



跨渠道

Cross Channel



全渠道

Omni Channel

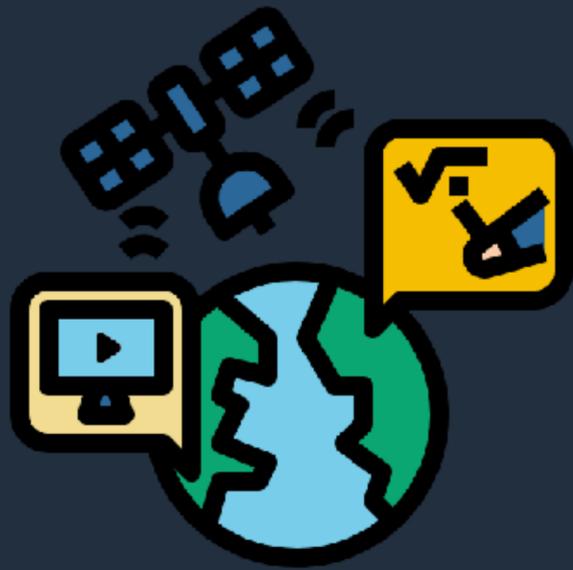


全鏈路

Full Process



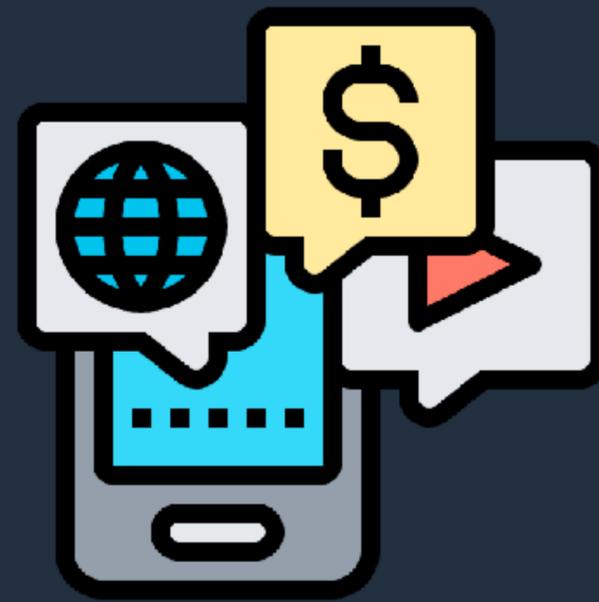
环境、市场、消费者变化趋势：



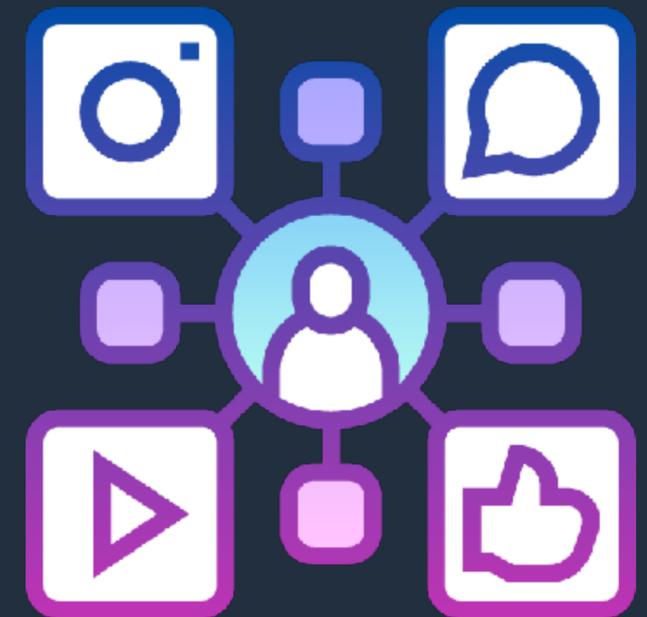
科技演进



日常行为改变



获取讯息改变



触达媒介改变

在怎么样的时代，
面临怎么样的机会？

流水线
标准化

精准服务
智能化

供给不足 供给过剩 新经济

何谓精准？

能够识别出用户在不同的

时间、地点、场景下的不同需求

精准营销 = 个性化?

精准营销 =

营销策略能够基于识别出用户在不同的时间、地点、场景下的不同需求而动态化调整

23% 企业提供个性化设计，

13% 企业提供针对性内容。

Gartner L2 Intelligence Report, Oct 2018



精准迷失：
数据多，就是好吗？

还有要反馈，持续迭代，才能达到「精准」



案例 | 精准营销场景

- 对的时间
- 对的人
- 对的内容



滑抖音看到 A 明星推荐慢跑鞋广告，点击进入发现可用线下通路所得到的积分兑换折扣，开心下单。

数据越多，
就能做到精准服务吗？

案例 |



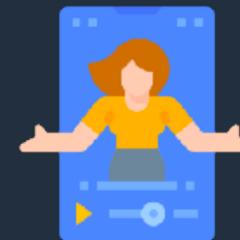
滑抖音看到 A 明星推荐慢跑鞋广告，点击进入发现可用线下通路所得到的积分兑换折扣，开心下单。



在百度搜索慢跑鞋进到官网



线下门店消费积分



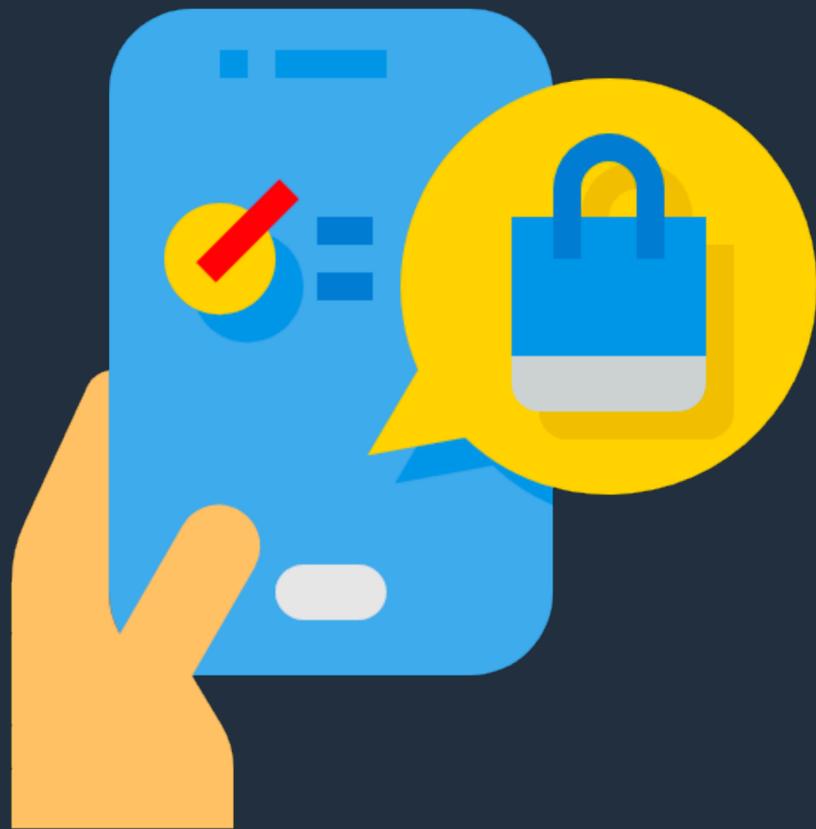
社交媒体上和某篇 A 明星代言文章互动

除了打通数据， 丰富数据维度 + 持续 & 即时性数据



- **丰富数据维度**： 场景采集、既有数据计算
- **线上与用户互动**： 持续性、实时性

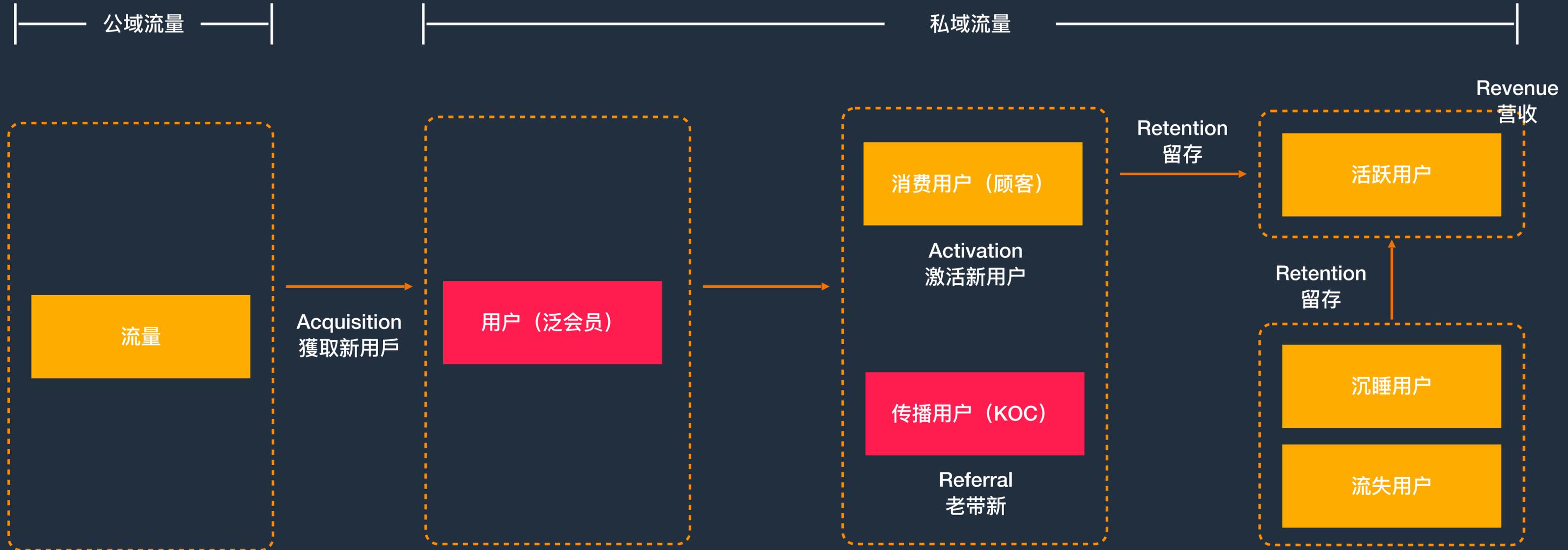
透过既有数据计算增加数据维度丰富度



透过场景采集增加数据维度丰富度



数位世代下的 CRM — 从顾客关系到“用户”关系管理



总结 | 实现精准营销：

- 打通：不只是数据的打通，体验上也须打通
- 数据多：通过场景采集、既有数据计算等方式增加数据**维度丰富度**
- 持续迭代：通过多触点（如通过线上触点与用户互动）保持所获取的数据**持续性及实时性**。

每个人都有数据，关键是：

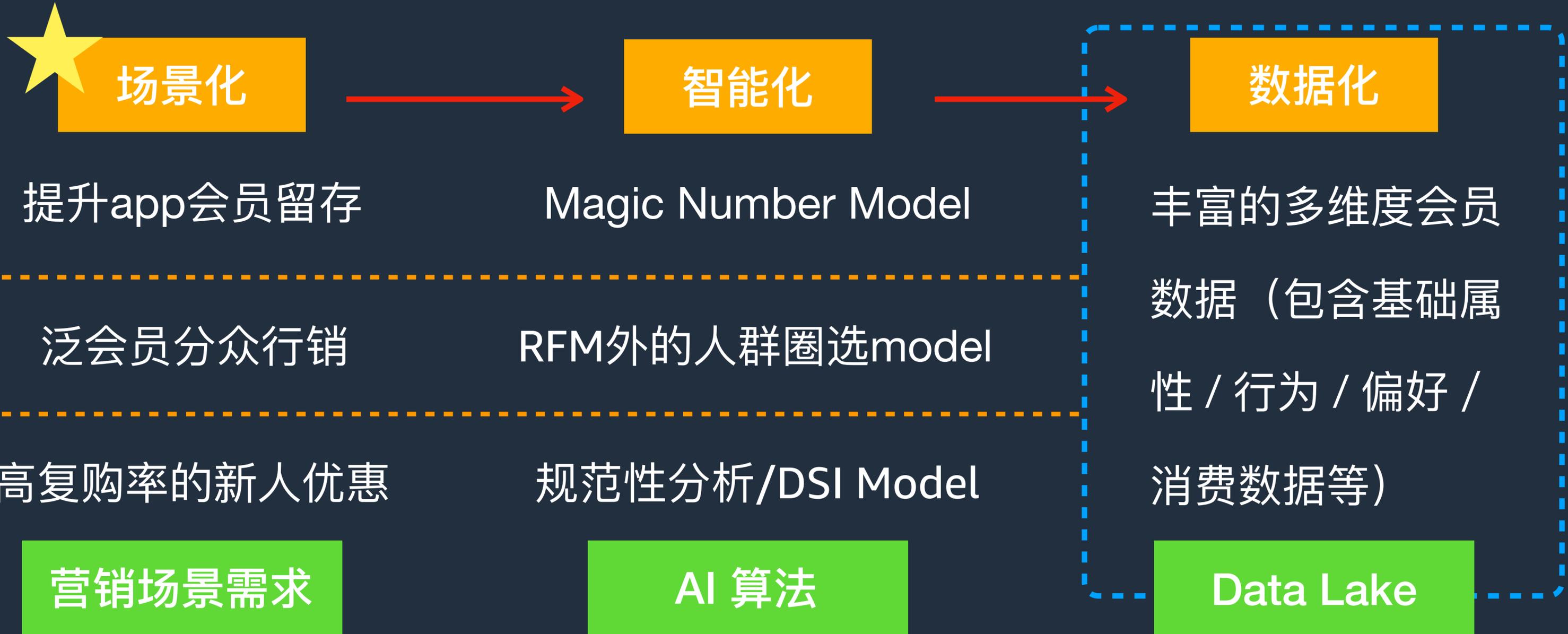
找出那些能有效帮助你进行

商业决策和资源投入的**有效数据**

透过数据化智能化，打造满足适应新经济的业务需求

逆向工作法 (working backwards)

增长实验、长期价值



如何有效地利用数据

从 BI 到 AI，更有效数据挖掘助力商业决策

BI 到 AI：从支持决策到帮助决策



重新定义获取新客武器：

aha moment & Magic Number

基于用户行为数据，挖掘增长机会点。



预测性分析：基于现状，将会发生什么



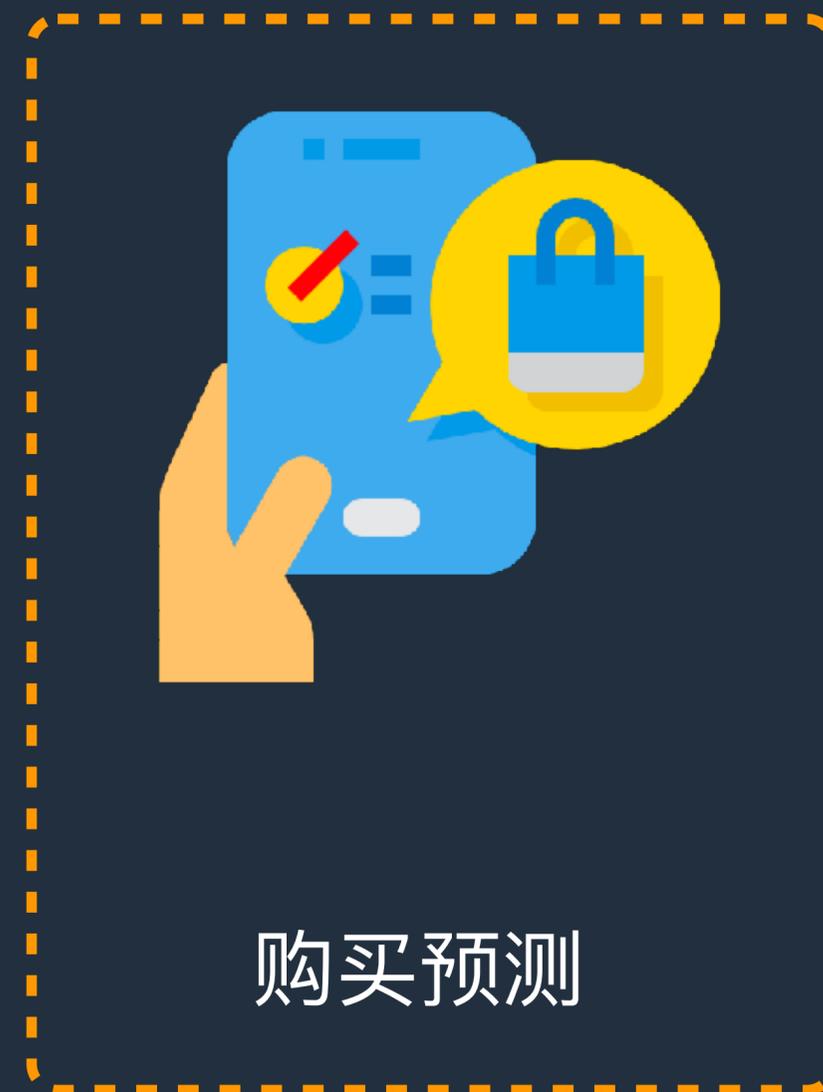
商品推荐



自动订货



自动定价

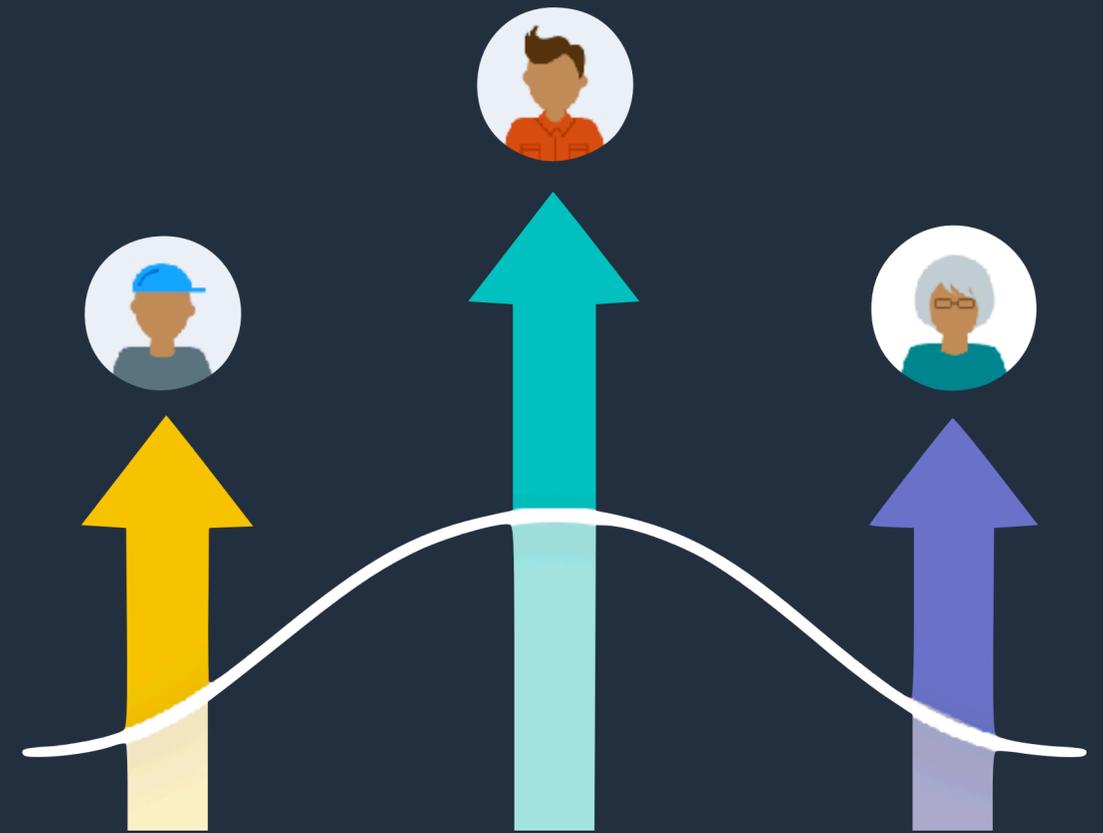


购买预测

重新定义衡量指标：

DownStream Impact 长期价值

根据用户生命周期价值 (CLTV) 变化，
来衡量眼前的投资是否划算及决策标准



三大大数据挖掘应用：找lookalike、人群圈选、衡量指标

Lookalike



首单
(Macgic Number)



复购
(High-Value Event)



高价值顾客

人群圈选



流失预测



购买预测

衡量指标



CLTV
(customer life-time Value)

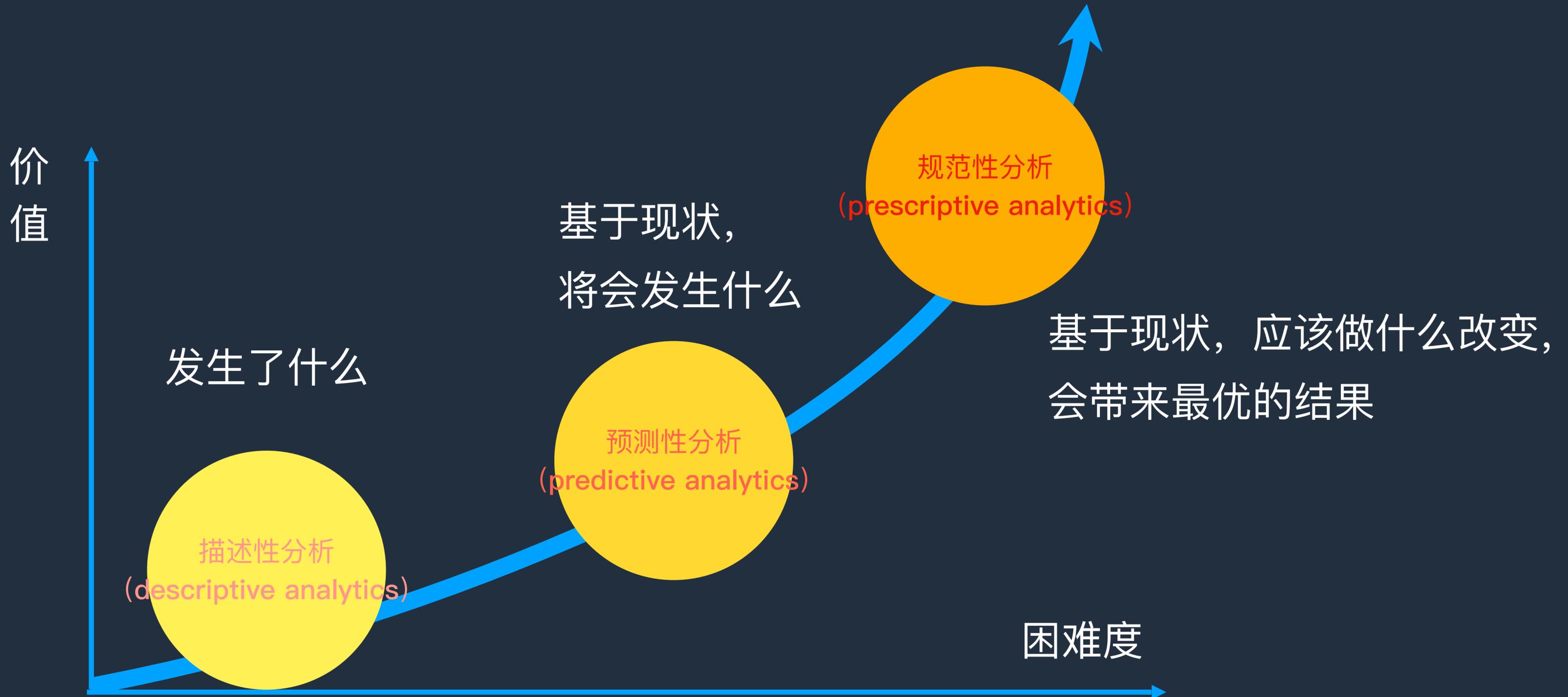


DSI
(downstream impact)

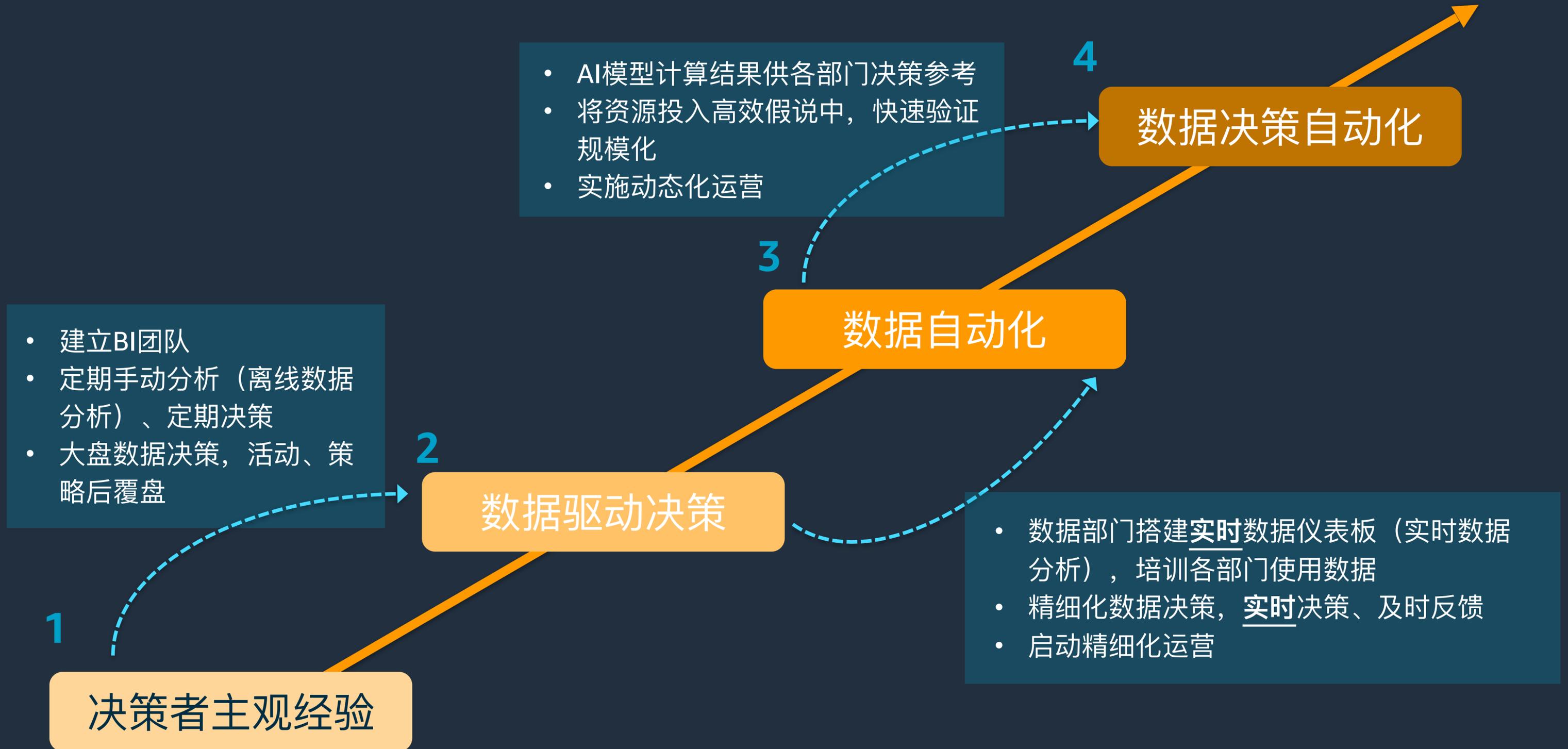
AI 技术实践

如何帮助营销团队的日常工作实践

BI 到 AI：从支持决策到帮助决策



拍脑袋决策到数据决策自动化三步走



案例 | 拍脑袋决策到数据决策自动化三步走

- 基于模型预测，若是A用户首单购买B商品，其复购率为购买其他品类的3倍。
- 提供用户以新人专享价购买B商品。

- 按照每个渠道的业务数据，各自定义新人礼包内容。
- 如三方渠道下单的平均客单价80元，该渠道至官方app新人礼包为满60元免邮。

- 按照整体业务数据，定义新人礼包内容。
- 从业务数据中发现平均首单客单价为120元，新人礼包设计为满120免邮。

从确定性的标准答案到不确定性的持续迭代



Key takeaway:

- 如何有效地利用数据?
 - 逆向工作法：开始之前是否已有明确的目标与场景
 - 技术层面：数据是否打通？数据更新频率？数据获取难易度？数据的维度是否足够丰富？
- AI 如何帮助日常工作？
 - 从支持决策到帮助决策
 - 从确定性的标准答案到不确定性的持续迭代

thank you

