

今天不是人工智能的爆炸时代，却是应用场景构建的基础元年

原力大数据（广州帷策智能科技有限公司） 江颖博士



原力大数据
BIG DATA FORCE

广州帷策智能科技有限公司
Guangzhou Wislife Intelligent Technology Co., Ltd.



其实，大数据在企业的应用面临着困境

传统行业：房地产、药品、零售...

只是听说大数据

但既**没有**很多数据

也**不知道**从哪里获得数据

更**不知道怎么用**大数据



大数据怎么用

网页

新闻

贴吧

知道

百度为您找到相关结果约64,200,000个

先进行业：金融、通信运营商...

大数据根本**没啥用**

精确营销，还没我经验靠谱

某某人工智能客服平台超级**烂**

潜在客户识别模型根本**不准**



大数据没用

网页

新闻

贴吧

知道

百度为您找到相关结果约63,300,000个

现今的我们，并非处于一个人工智能的神奇大爆炸时代。

我们有可能要花上百年的时间，人工智能这个高楼大厦才能真正地建立起来。

——Michael I. Jordan，加州大学伯克利分校教授、美国三院院士

今天的人工智能还无法做到对场景的常识理解

马未都谈北京话规则



我出门我差点摔一跟头，我摔了没有？ ➡ 没摔

我出门我差点没摔一跟头，我摔了没有？ ➡ 没摔

人工智能规则

差点 + 动词 = 否定

差点 + 没 + 动词 = 否定

我出门我差点赶上火车，赶上没有？ ➡ 没赶上

我出门我差点没赶上火车，赶上没有？ ➡ 没赶上

即使大数据技术有一些发现，也还没有在实际商业中发挥直接作用



负面报道

控制负面影响
媒体公关
水军、删帖
.....

媒体公关公司

正面机会

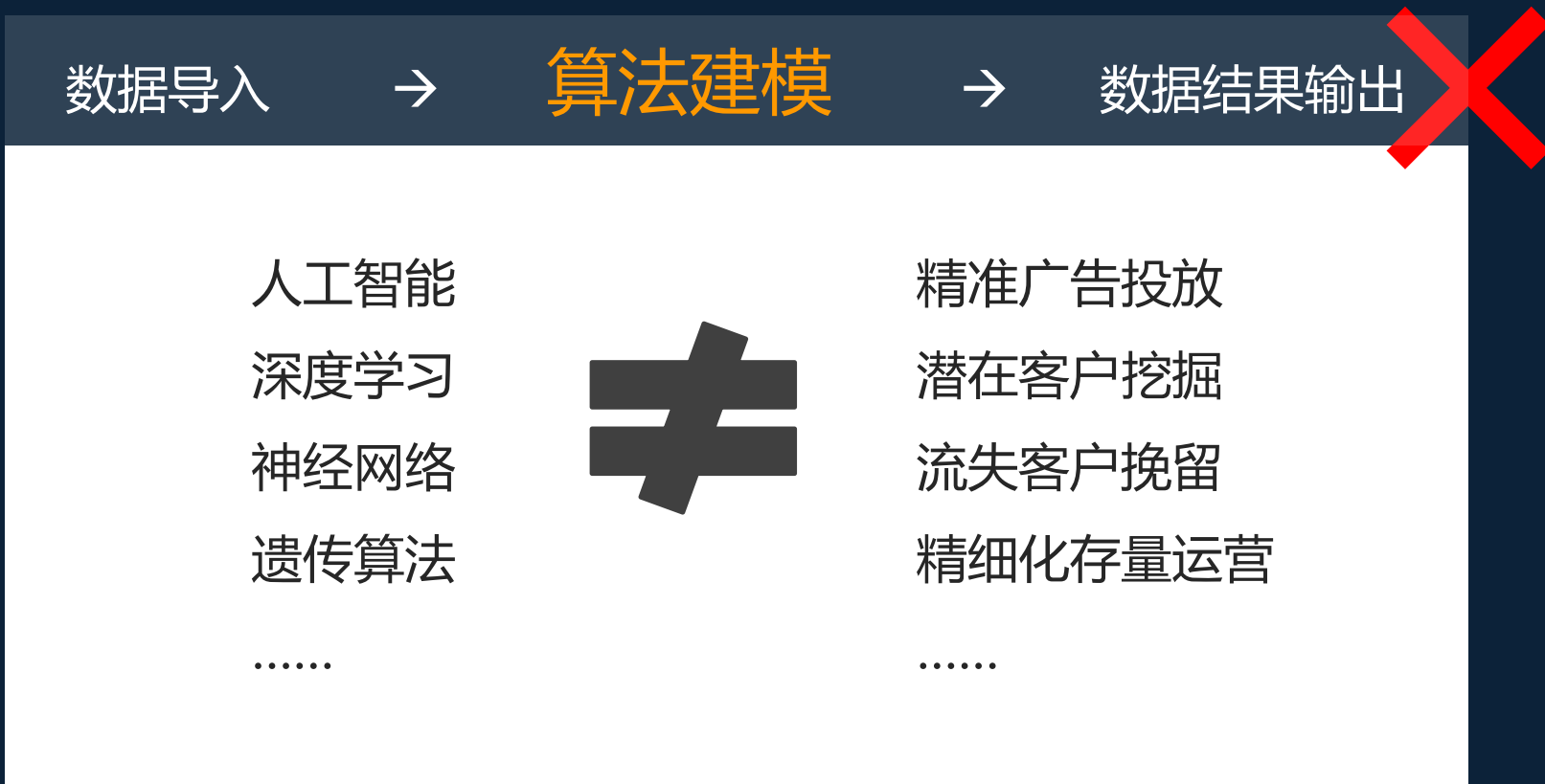
借机热点营销
写营销文案
找合适渠道推广
.....

营销策划公司
广告投放公司



事实上，今天的大数据/人工智能大多只关注技术和算法，

这是导致无法大数据用不起来或应用效果不好的根本原因



构建大数据的商业应用场景， 就是实现大数据技术到应用落地的关键



构建应用场景的三个认知与实践

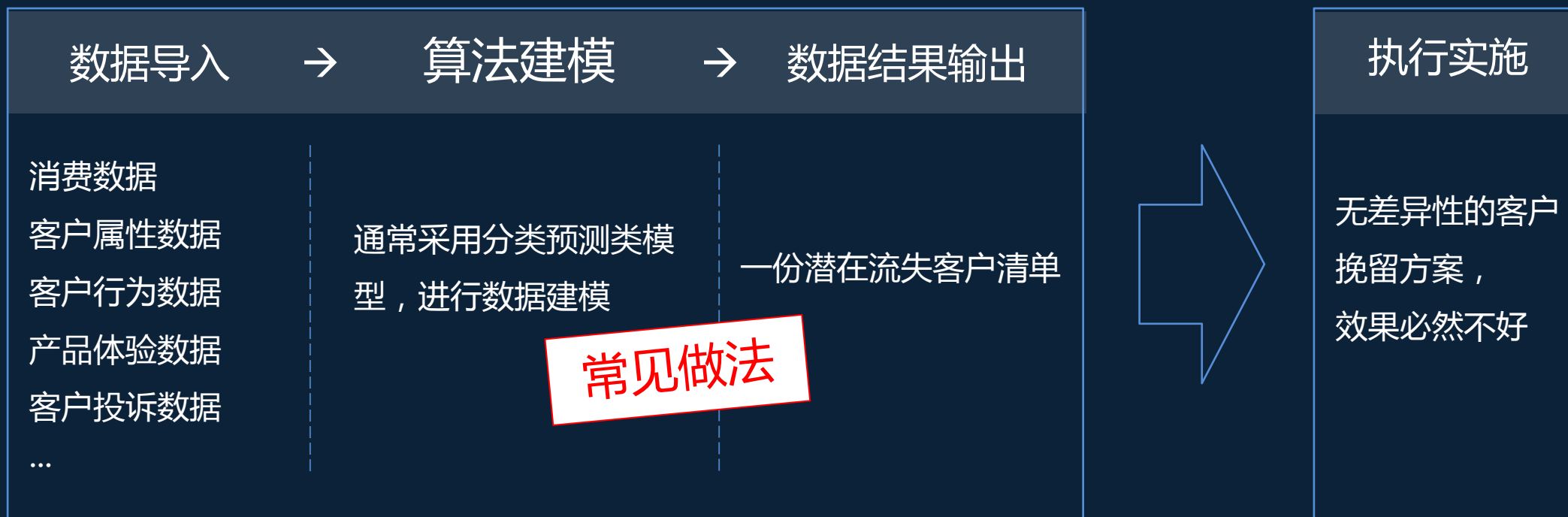
- 1 把场景**细化**到最小粒度
- 2 把**人的因素**纳入场景设计
- 3 创造新的大数据**场景化工具**





认知1：细化场景到最小粒度，解决的是AI无法做到对场景的常识理解

客户流失对企业损失巨大，每个企业都希望找到潜在流失客户，提前预警和干预：



实践1：从常识和经验出发，把场景细化到最小粒度

有效做法

细分场景 → 数据导入 → 算法建模 → 数据结果输出

某APP游戏
用户流失场景
的细分案例

一级分类	二级分类	三级分类	场景类型
资费原因	流量消耗太高、太快	流量费用猛增	——> 场景 1
	产品内充值多	产品支出费用过高	——> 场景 2
产品原因	产品无吸引力	过于简单/过于复杂	——> 场景 3
		某环节不好玩	——> 场景 4
	选择竞争对手	竞品A习惯性偏好	——> 场景 5
		竞品B新品上市	——> 场景 6



实践1：基于每个最小粒度客户群体，做针对性的营销措施

细分场景

→ 数据导入 → 算法建模 → 数据结果输出

细化场景的营销执行

场景 1

场景2：
支出费用过高

场景 3

场景 4

场景 5

场景 6

... ..

对每个最小粒度场
景进行建模，
多个模型组合

流失预判规则2-1

流失预判规则 2-2

1. 短期内充值增长速度过快；
2. 由免费状态突然变为付费状态；
3. 付费金额超过大部分用户；
4. 付费未充分享用付费权益。

流失预判规则 3-1

.....

场景2-1的营销方案

场景2-2的营销方案

1. 增强付费用户权限宣传与推广；
2. 持续推进其感兴趣的付费内容；
3. ...

场景3-1的营销方案

.....

有效的场景和针对性措施：
营销成功率平均提升158%，
最高提升6.6倍。





认知2：把人的因素纳入场景设计，降低大数据应用产品的使用门槛



只有让大数据应用windows傻瓜式操作，不懂技术也能用才行

- ✓ 足够**简单**：操作必须极其简单、不增加任何学习和工作负担
- ✓ 有**场景**：针对某个具体的工作岗位、某项具体的工作内容



```
C:\>
C:\>dir

Volume in drive C is SYSTEM
Volume Serial Number is 3A78-4C95
Directory of C:\

OLD_DOS  1  <DIR>          03-16-09   9:36a
DOS      1  <DIR>          03-16-09   9:36a
COMMAND  COM      54,645  05-31-94   6:22a
WINA20   386      9,349   05-31-94   6:22a
CONFIG   OLD      152    01-02-11   4:05p
WINDOWS  <DIR>          01-02-11   0:16p
DOSIDLE  ASM      56,392  10-09-05  11:06p
DOSIDLE  EXE      12,214  10-09-05  11:06p
DOSIDLE  TXT      27,736  10-09-05  11:06p
FILE_ID  DIZ       400    10-09-05  11:06p
WHATSMEN TXT    4,017  10-09-05  11:06p
AUTOEXEC OLD    141    01-02-11   7:13p
CONFIG   SYS     166    01-02-11   0:16p
AUTOEXEC BAT    152    01-02-11   0:16p
          14 file(s)      165,372 bytes
          12,879,872 bytes free

C:\>_
```

目前处于大数据应用和AI的初级时代，即大数据应用的DOS时代

- 数据提取：SQL+**数据理解**
- 数据分析：自助分析工具+**分析思路**
- 数据建模：R语言、Python、SAS、.....+**业务理解**

技术能力+懂业务

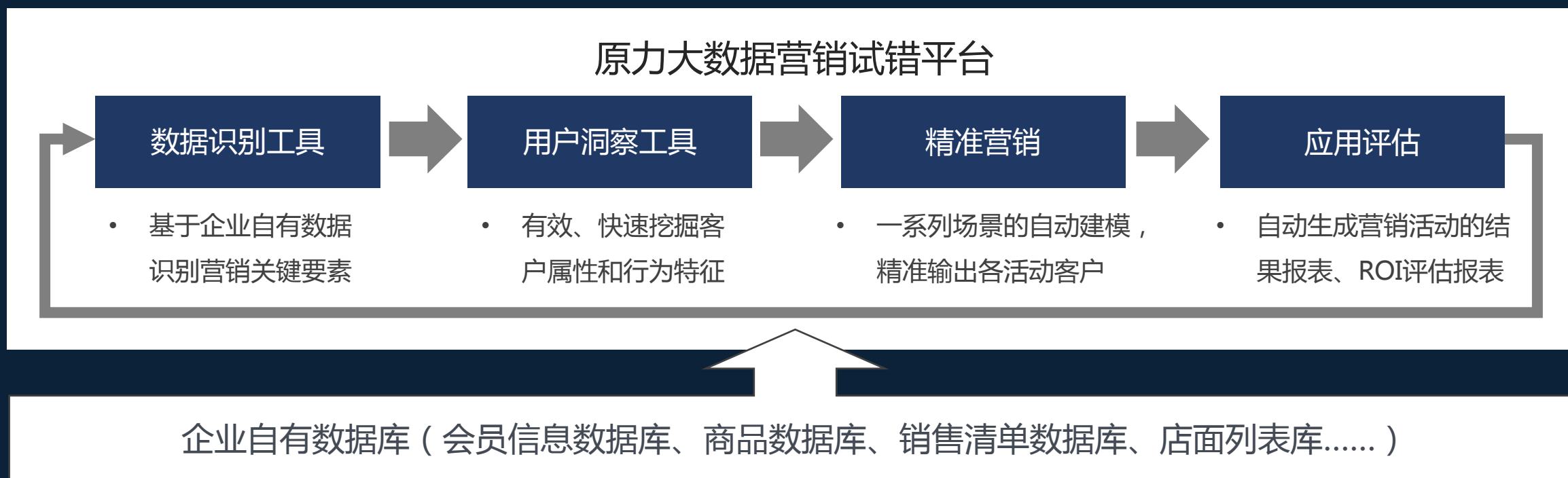




实践2：原力营销试错平台，是一个极其简单的大数据应用工具

面向自身具有一定数据的企业，针对存量客户运营的简单易用的大数据营销平台。

营销试错平台解决的痛点是解决企业营销执行中主观随意导致的低效率、营销投产比低等问题，这是绝大多数企业（特别是传统行业）都存在的困局和问题。





实践2：有效果+操作无门槛，是大数据应用产品被接受的前提

营销试错平台案例：某手机终端的实体连锁店存量客户运营

该企业底层数据：会员信息数据库、销售清单数据、店面列表

数据识别

- 数据真实性核查；
- **换机周期**为营销关键要素；

用户洞察



- 客户存在换机周期；
3-7个月内买过手机，再购买比例低

精准营销

- 自动挑选处于换机周期的客户；
- **客户A→机型1；客户B→机型2...**

应用评估



- 营销闭环；
- 模型迭代；
- 定期报告；

彩信营销**成本减少一半**；负增长→**盈利**；到店客户增长**20%**；



认知和实践3：产品来源于服务，创造新的大数据场景化工具

人民邮电出版社
POSTS & TELECOM PRESS

IT大咖说
知识分享平台

原力大数据热点库解决企业在互联网营销内容把握上的选择困难和大量手工操作工作，这是互联网时代绝对大数企业都面临的刚需型需求。

全网热点库

功能：实时监控全网热点
目的：快速掌握市场动态



素材储备库

功能：全网热点营销案例
目的：快速调用响应热点



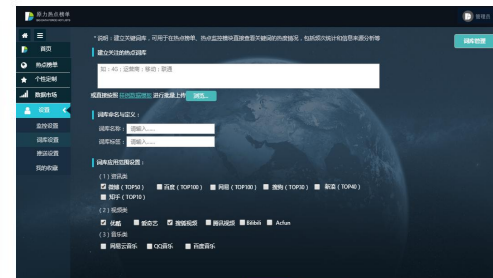
定制热点库

功能：定制行业热点
目的：及时掌握对手动态



自有媒介管理

功能：区分业务并行管理
目的：一站式便捷操作



原力大数据热点库利用大数据技术，把知识产品化，从而实现：

- ✓ 避免员工能力素质影响，维持70分左右的热点营销文案水平；
- ✓ 基于及时获取热点快速响应，拉粉速率提升35%；
- ✓ 2-3人工作减少到1人，工作效率提升70%。



原力大数据
BIG DATA FORCE

广州帷策智能科技有限公司
Guangzhou Wislife Intelligent Technology Co., Ltd.

今天是大数据应用场景构建的基础元年，
事实上，很多企业的IT能力和大数据基础能力
已经基本就位或是在建设中，
大数据算法也逐步成为了开源的标准化能力，
各个行业都存在丰富的大数据应用领域的需求，
如何构建有效的大数据商业应用场景，
就是实现大数据技术到应用落地的关键。



原力大数据
BIG DATA FORCE

广州帷策智能科技有限公司
Guangzhou Wislife Intelligent Technology Co., Ltd.



原力大数据
BIG DATA FORCE

广州帷策智能科技有限公司
Guangzhou Wislife Intelligent Technology Co., Ltd.