

人工智能全渠道平台佈局緊密

Insider針對性方案促進數碼業務增長

網上購物（網購）應是愉快、輕鬆和便捷的，但消費者往往會被成千上萬的營銷訊息弄得眼花撩亂，這令網購體驗反而變得不暢順和混亂。對於數碼市場推廣人員來說，這是一項巨大的挑戰。他們絞盡腦汁，密謀對策，希望在排山倒海的網絡訊息中突圍而出，盡吸網上潛在客戶的注意。

Insider開發「全渠道數位增長平台」協助數碼市場推廣人員在不同的數碼領域推動業務增長，如互聯網、流動應用程式、訊息和電郵發送等等。該平台以強大的人工智能和機器學習功能建立實時預測區隔，以發放精確直接的營銷訊息，令消費者可以體驗個人化的「網上旅程」。

方便易用

Insider市場推廣經理廖凱琪說：「模塊化具備靈活、精準和高效的特性，是今日電子商務平台的重要組件機制。我們就是這樣建立、改良和提升『全渠道數位增長平台』，並以此作為基石，伸延設計不同的方案，以配合客戶的獨特要求。」

廖凱琪指出，Insider的「全渠道數位增長平台」建立在統一的數據層，既易安裝又易使用。她補充說：「這既可避免複雜的整合工序，亦不需過分依賴資訊科技人員的支援。」

抓緊亞太地區機遇

Insider於2012年成立，總部設於新加坡，來港擴展業務之前，已在印尼、馬來西亞、韓國和澳洲等建立業務。「香港有很多大公司和知名品牌仍在使用傳統的客戶關係管理(CRM)系統。因此，我們看到市場對數碼營銷策略有著殷切的需求，這就是我們來到香港的原因。」廖凱琪解釋說。

現時，很多品牌均透過不同的數碼渠道或平台推廣業務，Insider正針對這類客戶群而設計方案，其中，「提升轉換



組合」和「客戶參與流動應用組合」備受客戶歡迎。

「提升轉換組合」配備「人工智能增強推薦」功能，以實現最大和最佳的相關性，即是將最相關的產品展示給相關的消費者，從而增加網絡的流量。「客戶參與流動應用組合」主力增加顧客對產品的黏性（忠實度）和終生價值（每位顧客可能帶來的收益），廖凱琪解釋說。

雙贏方案

2020年，Insider兩家香港客戶憑著其開發的個人化數碼方案，分別贏得「亞洲電子商務獎」中「最佳人工智能應用類別」的金獎和銅獎。

廖凱琪指出，其中一家獲獎客戶是備受歡迎的個人護理產品連鎖店屈臣氏。Insider為其設計的方案設有「客群鎖定策略」，可以將顧客以往的消費行為數據和其他屬性特點對應起來，然後逐層分析整個漏斗式網購過程。「這可以讓屈臣氏更全面了解消費者的需求。我們亦設計了超個人化的行銷攻略，幫助客戶應付『遺棄購物車』（最終放棄購買）的問題。」

另一家獲獎客戶是著名跨國薄餅店Domino's。Insider所設計的方案設有「用戶互動和遊戲型策略」，以提高消費

“
Insider會在香港積極發展和擴展業務，希望成為亞太地區內電子商務平台的主要領導者。”

**Insider
市場推廣經理
廖凱琪**

者的參與度。Insider並利用人工智能主導的預測功能，區隔 Domino's 的消費群組，從而針對性地推介最為熱賣的美食。

廖凱琪認為，香港的業務發展空間仍然很大，因為有許多本地傳統品牌仍願意投放更多資金來提升其客戶關係管理系統。

她總結道：「香港是區內的重要經濟樞紐，有眾多大機構或公司都在此設立總部。Insider會在這裡積極發展和擴展業務，希望成為亞太地區內電子商務平台的主要領導者。」

Insider

- Insider於2012年成立，於印尼、馬來西亞、韓國、澳洲和香港建立業務
- Insider開發「提升轉換組合」以增加網絡的流量；「客戶參與流動應用組合」則主力增加顧客對產品的黏性（忠實度）和終生價值（每位顧客可能帶來的收益）

useinsider.com