

人工智能全渠道平台布局紧密

Insider 针对性方案促进数码业务增长

网上购物(网购)应是愉快、轻松和便捷的，但消费者往往会被成千上万的营销讯息弄得眼花缭乱，这令网购体验反而变得不畅顺和混乱。对于数码市场推广人员来说，这是一项巨大的挑战。他们绞尽脑汁，密谋对策，希望在排山倒海的网络讯息中突围而出，尽吸网上潜在客户在客户的注意。

Insider 开发“全渠道数位增长平台”协助数码市场推广人员在不同的数码领域推动业务增长，如互联网、流动应用程序、讯息和电邮发送等等。该平台以强大的人工智能和机器学习功能建立实时预测区隔，以发放精确直接的营销讯息，令消费者可以体验个人化的“网上旅程”。

方便易用

Insider 市场推广经理廖凯琪说：“模块化具备灵活、精准和高效的特性，是今日电子商务平台的重要组件机制。我们就是这样建立、改良和提升‘全渠道数位增长平台’，并以此作为基石，伸延设计不同的方案，以配合客户的独特要求。”

廖凯琪指出，Insider 的“全渠道数位增长平台”建立在统一的数据层，既易安装又易使用。她补充说：“这既可避免复杂的整合工序，亦不需过分依赖资讯科技人员的支援。”

抓紧亚太地区机遇

Insider 于2012年成立，总部设于新加坡，来港扩展业务之前，已在印尼、马来西亚、韩国和澳大利亚等建立业务。“香港有很多大公司和知名品牌仍在使用传统的客户关系管理(CRM)系统。因此，我们看到市场对数码营销策略有著殷切的需求，这就是我们来到香港的原因。”廖凯琪解释说。

现时，很多品牌均透过不同的数码渠道或平台推广业务，Insider 正针对这类客户群而设计方案，其中，“提升转换



组合”和“客户参与流动应用组合”备受客户欢迎。

“提升转换组合”配备“人工智能增强推荐”功能，以实现最大和最佳的相关性，即是将最相关的产品展示给相关的消费者，从而增加网络的流量。“客户参与流动应用组合”主力增加顾客对产品的黏性(忠实度)和终生价值(每位顾客可能带来的收益)，廖凯琪解释说。

双赢方案

2020年，Insider 两家香港客户凭著其开发的个人化数码方案，分别赢得“亚洲电子商务奖”中“最佳人工智能应用类别”的金奖和铜奖。

廖凯琪指出，其中一家获奖客户是备受欢迎的个人护理产品连锁店屈臣氏。Insider 为其设计的方案设有“客群锁定策略”，可以将顾客以往的消费行为数据和其他属性特点对应起来，然后逐层分析整个漏斗式网购过程。“这可以让屈臣氏更全面了解消费者的需求。我们亦设计了超个人化的行销攻略，帮助客户应付‘遗弃购物车’(最终放弃购买)的问题。”

另一家获奖客户是著名跨国薄饼店 Domino's。Insider 所设计的方案设有“用户互动和游戏型策略”，以提高消费

“Insider 会在香港积极发展和扩展业务，希望成为亚太地区内电子商务平台的主要领导者。”

Insider
市场推广经理
廖凯琪

者的参与度。Insider 并利用人工智能主导的预测功能，区隔 Domino's 的消费群组，从而针对性地推介最为热卖的美食。

廖凯琪认为，香港的业务发展空间仍然很大，因为有许多本地传统品牌仍愿意投放更多资金来提升其客户关系管理系统。

她总结道：“香港是区内的重要经济枢纽，有众多大机构或公司都在此设立总部。Insider 会在这里积极发展和扩展业务，希望成为亚太地区内电子商务平台的主要领导者。”

Insider

- Insider 于2012年成立，于印尼、马来西亚、韩国、澳大利亚和香港建立业务
- Insider 开发“提升转换组合”以增加网络的流量；“客户参与流动应用组合”则主力增加顾客对产品的黏性(忠实度)和终生价值(每位顾客可能带来的收益)

 useinsider.com