

AI 金牌销售助理

广告主: 宝洁

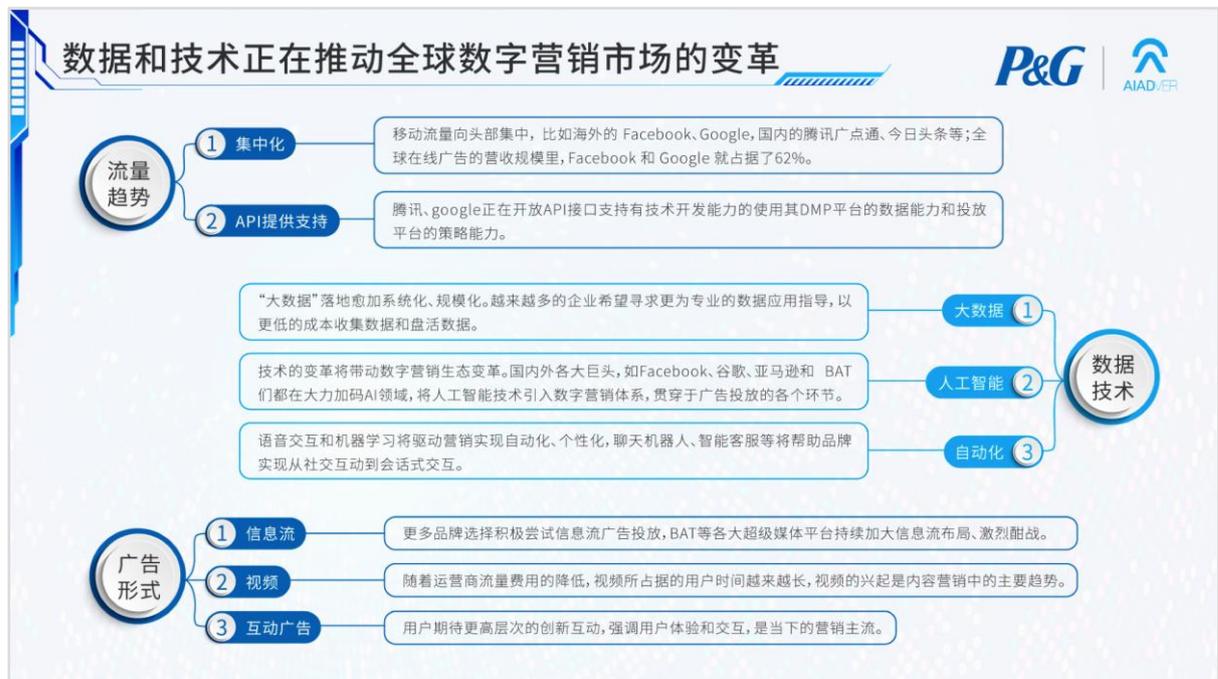
所属行业: 快销品

执行时间: 2018.06-08

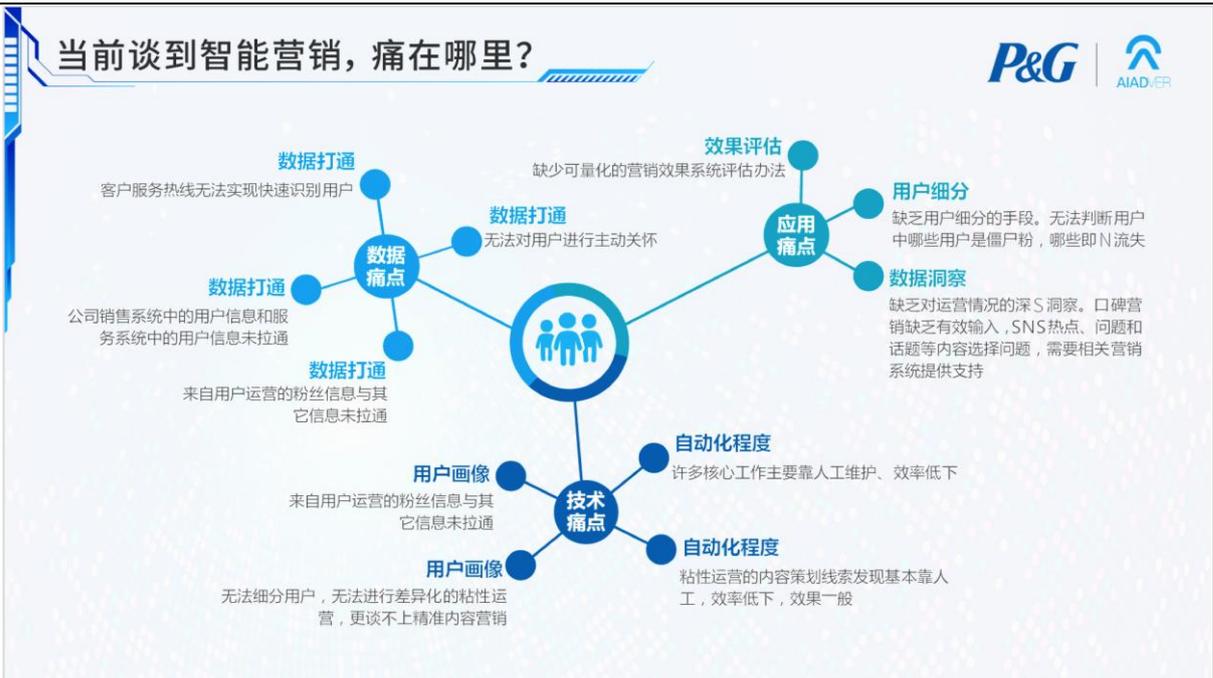
参选类别: 智能营销类

营销背景

移动流量集中化, 向头部集中, 并且基于现在的大数据与 AI 技术, 企业可以通过更低的成本搜集数据与盘活数据, 技术的变革将带动数据营销生态变革, 讲人工智能因为数字营销体系, 贯穿整个广告投放的环节, 实现数字营销自动化, 同时引入人工智能技术能够使得营销具有互动性, 用户能够通过声音或者 AR 技术进行互动, 更具创新。



营销的痛点主要为: 数据痛点、应用痛点、技术痛点;



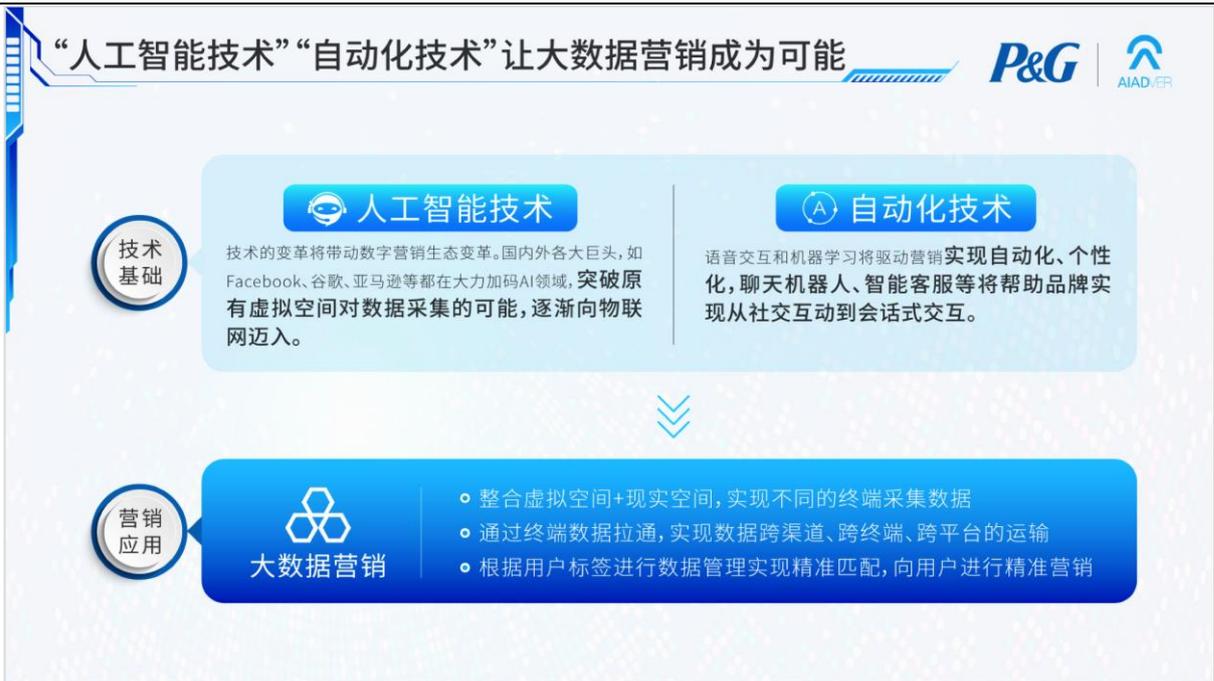
营销目标

我们通过已渔夫捕鱼作为说明，以前是我们需要找渔夫来做广泛的撒网捕鱼，开船捕鱼，收益往往与投入相比微乎其微。

通过大数据+人工智能技术，在不同终端采集数据，通过终端将数据贯通，根据用户标签进行数据管理，实现精准匹配，搭建 DMP 平台，将用户养在自己的“池子里”，从而能够对用户进行更加准确的分析与运营，让营销投放更加智能，同时实现营销闭环。



所应用的技术就是“AI 技术” + “自动化技术”，让大数据营销成为可能。



“AI技术”+“大数据”好比图中的冰山，冰山之上是小部分，看不见的冰山才是巨大，通过建立企业的大数据平台，透过这个大数据平台，我们可以实现各种应用，例如智能音箱、智能创意、智能客服等。



策略与创意

最终我们提供的就是一种“云”到“端”的一个解决方案。



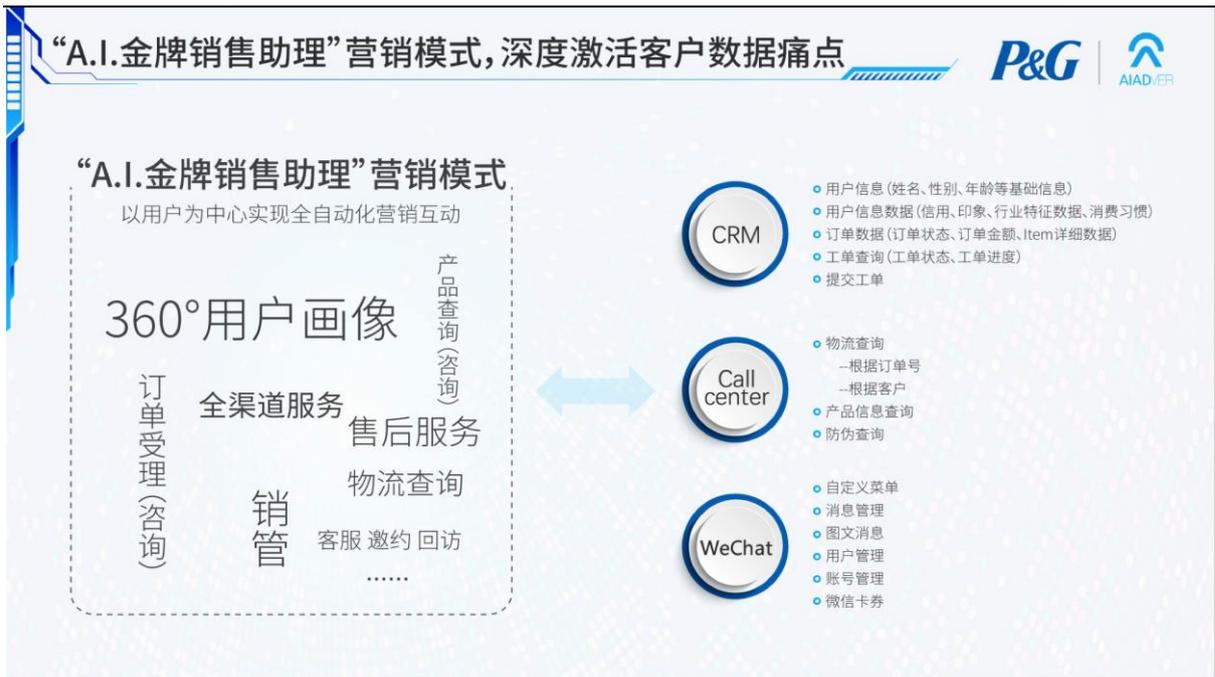
爱因智能“A.I.金牌销售助理”
基于人工智能技术的“云+端”
一体化解决方案
...



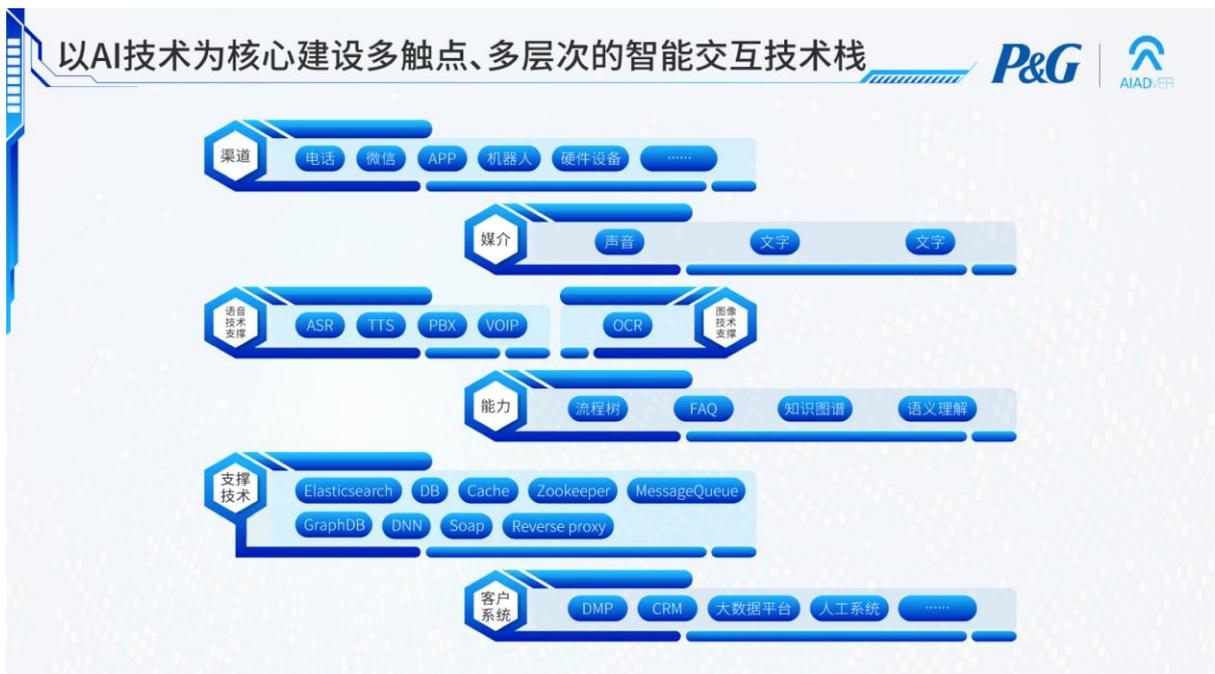
建立各大品牌知识库，并且通过 AI 技术对知识进行结构化分析处理，建立宝洁 A.I 金牌销售助理，最终触达消费者，实现智能营销。



通过与宝洁已有的 CRM 系统、呼叫中心、微信端对接，获取用户信息、订单信息、工单信息以及售后数据等，对获取的数据进行分析，结合用户的行为数据，构建用户的 360 用户画像。



以 AI 技术为核心，实现与用户的多触点、多层次的交互，用户可以通过文字、语音的方式进行交互。



背后的实现逻辑是利用科大讯飞的四大核心技术：自动语音识别、意图识别、知识图谱、语音合成等。



对用户的声音进行自动化识别，听懂用户的声音，输出文字识别结果；



通过对用户的语义进行分析，结合上下文，理解用户的语音、行为，建立以用户为中心的智能交互模式。

实现逻辑：以四大核心技术分解用户行为



技术-意图识别系统 (NLP)



再结合知识图谱技术，结合产品、位置等业务信息进行关联，深入理解用户所说的内容。

实现逻辑：以四大核心技术分解用户行为



技术-知识图谱



再通过语音合成技术，进行内容的输出，实现与用户深层次的交互。



共创“A.I.金牌销售助理”智能营销新模式。

P&G | AIAD/ER

爱因智能&宝洁
共创“A.I.金牌销售助理”
智能营销新模式
...

ACTION

常见的营销方式通常是先进行广告信息投放到激发用户购买，到最终成交交易，这个过程往往流程长，但是用户交互较少，一次性购买占绝大多数；通过人工智能技术实现宝洁与用户“一站式”互动营销，用户在售前营销交互、产品咨询，还是在售后用户维护都能实现用户的二次购买。

以人工智能技术实现宝洁与用户“一站式”互动营销



传统方式的宝洁用户
呈线性购买行为

流程长, 与用户交互较少,
一次性购买次数占绝大多数

AI.

- 商品信息
- 商品类型
- 知识库
- 售后服务
- 精准推送
- 会员管理
-

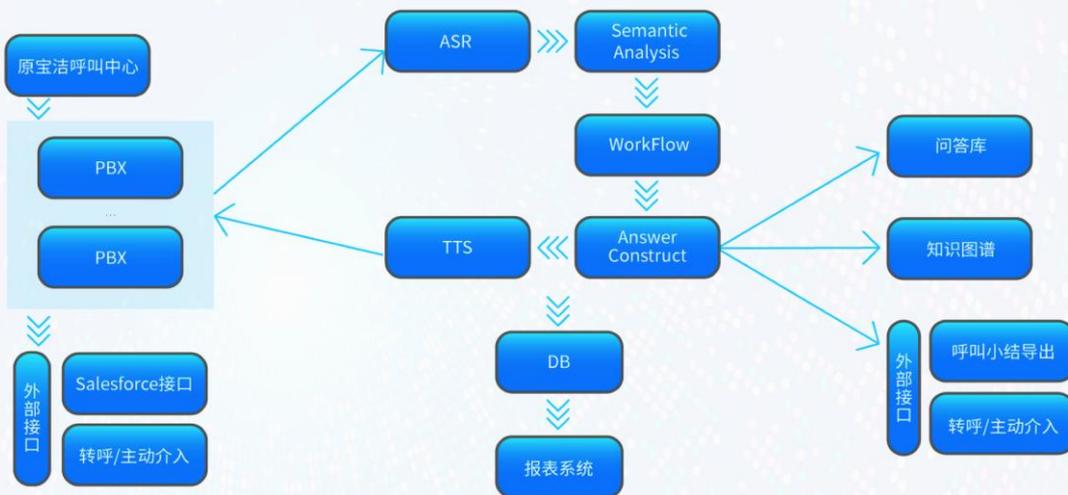


联合宝洁打造
“一站式”用户互动营销模式

执行过程/媒体表现

联合宝洁推出“宝洁金牌销售助理 1.0”智能营销新模式。

联合宝洁推出“宝洁金牌销售助理1.0”智能营销模式



首先需要与宝洁一同梳理现有产品信息，沉淀的用户录音、聊天文档，进行数据结构化处理，形成宝洁的业务产品知识库。

STEP 1: 搭建宝洁产品知识库, 完善产品基本信息



- 搭建宝洁旗下博朗、帮宝适、洗发水等产品知识库, 掌握用户关注点及产品信息特性, 形成数据基础



根据宝洁的业务、营销方式设定智能交互的流程, 实现自动化服务咨询, 采集用户信息, 掌握用户的需求。

STEP 2: 设计宝洁产品用户智能交互“话术体系”



- 自动引导用户完成语音自动化服务咨询, 以此采集用户信息, 掌握第一手用户需求



从用户的体验出发, 在交互的过程中不断根据用户的数据进行流程的优化, 对交互节点进行调整, 提高整体用户的服务精准度。

STEP 3: 优化话术内容, 提升用户服务精准度

从用户体验的角度, 优化话术内容和流程节点管理, 提升整体用户服务的精准度

The screenshot shows a chatbot configuration interface. On the left is a flowchart with nodes: '咨询产品使用' (Consult product use), '客服话术' (Customer service script), '用户回答' (User answer), and '产品使用哈哈' (Product use haha). Below '产品使用哈哈' are two branches: '用户回答' and '肯定/否定' (Affirmation/Negation). On the right is a code editor with the following content:

```

支持编程式回答 (PHP语法)
1. 话术内容第一行以<?开头时表示开启编程。
2. 全局变量为 array $params, string $originalQuestion, string $result, array $resultParams, 请勿修改, 否则会产生不可预知的结果。
3. $params 记录着当前上下文变量, 使用方法为: $params['xxx']
4. $originalQuestion 是用户原始问题, 类型为 string。
5. $result 是输出结果, 编程过程中请确保变量类型为 string, 否则认为处理失败。
6. $resultParams 调用外部服务 (接口、知识库、图谱等) 的结果集。
7. 调用知识图谱的结果集$resultParams为数组格式 (只取前5条)
语法示例:

话术设置
标题
产品使用:
术语流程
主话术
术语内容
<?
if (!empty($params['price'])) {
    if ($result .= '价格是#price#');
}
if (!empty($params['time'])) {
    if ($result .= '时间是#time#');
}

if (!empty($params['usage_type'])) {
    if (count($resultParams)>0){
        $result .= "是这样的($resultParams[0]['usage_type'])";
        unset($params['usage_type']);
    }
}

if (!empty($params['accessory_usage'])) {
    if (count($resultParams)>0){
        $result .= "是这样的", $params['accessory_usage'];
        unset($params['accessory_usage']);
    }
}
    
```

通过后台对用户的交互内容进行分析, 从内容管理、敏感词管理、知识图谱管理等方面对用户的行为进行洞察, 挖掘用户的偏好, 主动过推送产品。

STEP 4: 管理用户交互数据, 实现交互产品信息植入的精准营销

通过后台对用户交互内容分析, 从内容管理、敏感词管理、知识图谱管理等方面对用户行为进行洞察, 挖掘用户偏好主动推送产品。

The screenshot shows a dashboard for managing user interaction data. It includes three main sections:

- 交互内容管理 (Interaction Content Management):** A table with columns: 输入名称 (Input Name), 创建时间 (Creation Time), url, 调用时操作 (Operation at Call), 操作 (Action). Example row: 检查睡眠质量 (Check sleep quality), 2018-09-07 10:10:16, http://172.18.36.217:8005/pa...mpers/check-sleep-slots, post, 编辑 删除.
- 敏感词管理 (Sensitive Word Management):** A table with columns: 词库类别 (Vocabulary Category), 词表 (Vocabulary), 处理方式 (Handling Method), 提示语 (Prompt), 最后修改时间 (Last Modified Time), 操作 (Action). Example row: test, 好的, 您的号码我已记 (Your number is recorded).
- 知识图谱管理 (Knowledge Graph Management):** A table with columns: 图谱名称 (Graph Name), 创建时间 (Creation Time), 表名 (Table Name), 操作 (Action). Example rows: braun产品特点 (Braun product features), braun产品使用 (Braun product use), braun产品信息 (Braun product information), braun维修点地址 (Braun repair point address), braun专柜地址 (Braun outlet address), haircare产品知识图谱 (Haircare product knowledge graph), braun产品功能 (Braun product functions), braun产品配件 (Braun product accessories), haircare产品信息 (Haircare product information), braun产品历史 (Braun product history), braun产品类型 (Braun product type).

基于宝洁的产品知识库, 应用于微信公众号、智能互动橱窗等多个终端, 以智能交互的方式提升用户的交互精度, 增加用户与产品的互动黏性。

STEP 5: 增加多用户信息触点, 提高用户产品黏性



- 对接产品知识库, 应用于微信公众号、智能互动橱窗等多终端, 以智能交互方式对接多功能提升用户交互精准度, 增加用户与产品互动黏性。

帮宝适微信公众号

虚拟形象+智能交互终端



应用于商超等线下渠道, 一站式实现购买商品、语音问答、歌舞表演、互动游戏

积分兑换

知识问答



当然, 为了令我们的 AI 金牌销售助理更智能, 背后需要对其进行不断的训练与优化, 如以下视频所示, 使其能够覆盖更广的业务与服务消费者。

项目服务周期三个月, 节省了 71% 的时间成本, 提升了通话效率, 降低了成本 290 万, 实现了 7*24 小时全年无休的智能营销服务。



营销效果与市场反馈

该项目的营销模式被宝洁评选“全球通信金奖”，获得内部高层的认可。



同时，“A.I.金牌销售助理”产品还拿下**第18届亚太信息通讯科技大奖赛 Consumer Digital Marketing 大奖**。本届大赛共有来自亚太地区15个国家和经济体的274个提名项目，700位参赛选手，65位国际评委，90位各经济体代表，近1000多人参与本届APICTA，是Apicta历史上规模最大的一次盛会。

