



主要特点

- 将外部社交数据 (如 Twitter) 和内部非结构化数据 (如在线产品评论) 相结合
- 发掘销售、营销和计划方面的可执行洞察力
- 超出品牌情感深入部门、类别及单品层级
- 根据科学分析确认趋势和根源
- 通过了解所关注产品的相关评论、提高竞争力和销量

借助 IBM Social Merchandising for Retail 提升销量和客户忠诚度

增强销售分析与洞察力

零售商知道、只有保持敏捷才能始终领先于同行。他们需要能够确定哪类商品能够为网店和实体店创造最佳业绩、需要细化至单品层级。首先要满足客户的需求、销售人员需要能够长期及几近实时地对消费者情绪和新兴趋势做出响应。

数据正在推动洞察力经济的发展、并在加速行业和职业的转变。零售商必须能够适应这一变革、通过智慧且创新地利用当今的数据洪流、以全新的方式吸引消费者并满足他们的需求。

跨越深化洞察力的障碍

如今、关于客户需求和期望的社交数据大量涌现、提高竞争力和销量的新机遇也应运而生。但要获得洞察力以在品牌层级以下进行更智慧的销售、仅凭 Twitter 和 Facebook 等标准社交资源还不够。要超出品牌情感深入部门、类别和单品层级、零售商需将外部社交数据与内部非结构化数据 (如在线产品评论) 结合起来。

尽管社交数据使用已然普及、但庞大的数据量还是令人望而却步、各种挑战也让许多零售商无法充分利用这些数据。一般来讲、零售商和产品管理人员都通过查看源数据并形成自己的见解、来收集社会洞察力。很少人既能规划和管理多个来源的数据、又能科学地分析数据、从而获得可执行洞察力。此外、获取孤立的内部非结构化数据来帮助实现销售洞察力往往也有限制。



通过社交销售为零售商提供支持

IBM® Social Merchandising 进一步扩展了品牌层面的分析。该解决方案能够将社会洞察力与内部产品评论数据相融合。通过市场中关于消费者情绪的结构化和非结构化数据、IBM Social Merchandising 能够帮助零售商和营销人员全面了解客户对于产品质量、便捷性和价格等各种特性的看法。然后，将此信息与内部数据（如在线产品评论）结合起来，这是非常重要的一步。用户将会发现出现的变化和新趋势，从而更快地做出响应，进而帮助提升销量和盈利能力。根据额外洞察力（质量和价值认知）采取措施，亦能提升客户满意度和忠诚度。

该解决方案可以创建可操作的流程，因此，零售商可以根据数据进行销售、并制定产品计划、价格和分类决策。通过使用预构建的数据准备和分析功能汇总、分析及合并多个来源的数据、IBM Social Merchandising 使零售商能够轻松使用高级功能。通过高度可视的仪表盘（图 1）提供洞察力，让零售商、规划人员和营销人员能够执行以下操作：

- 利用社会洞察力制定价格、促销和分类决策
- 监控品牌和产品认知的变化
- 获取部门、类别及单品层级的洞察力

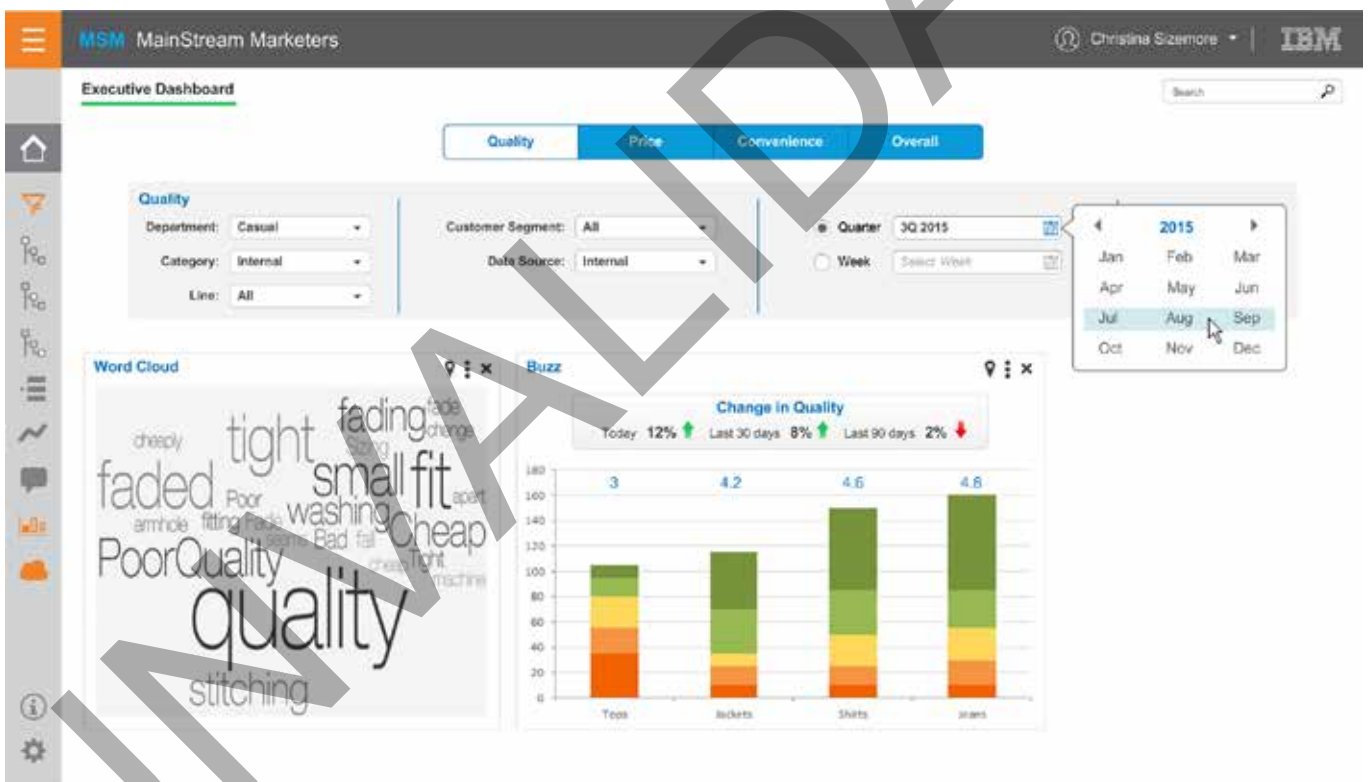


图 1. IBM Social Merchandising 仪表盘。

科学地解决关键问题

借助 IBM Social Merchandising，零售商可以科学地解决之前只能依靠传闻解决的关键问题：

- 社会对于我现在管理的品类有何看法？
- 购物者对于我的品类的质量、价值和便捷性有何看法？
- 为什么有些客户认为我的品类的质量、便捷性或价值较低？有何评论、频率如何？
- 我最有影响力的消费者有何评论？
- 关于我现在最喜欢的话题有何评论？是新的热门话题吗？

零售商可通过解决此类问题、确认趋势并更快地做出响应、从而提高库存周转率及销量。他们可以分析质量和价值认知、提高客户满意度。若具备所有这些能力、就能取得零售成功——与消费者建立联系、实现高效运行并获得消费者忠诚度、从而赢取市场份额并推动盈利增长。

IBM Social Merchandising 有何与众不同？

- 能够结合多个数据来源——内部 (电子商务产品评论) 和外部 (Twitter)
- 能够通过分析及合并海量数据 (目前大部分数据无法管理或无法使用)、帮助您了解“内容”和“原因”
- 根据科学分析而非仅传闻证据确认趋势和根源
- 提供更深层的分析和洞察力、在品牌层级以下深入部门、类别或单品层级

提供云解决方案、实现按需获得洞察力

现在、顶级品牌在其网店和实体店内部都利用社会情感对商品进行分类。全球各地的领先零售商都在快速采用此类技术创新、改善客户体验。然而、仍有更多零售商尚未完善其销售能力。

IBM 通过提供云 Social Merchandising 来帮助缩小这一差距、公司为组织提供了一种可按需使用的解决方案、而组织无需昂贵的基础设施投资或宝贵的专业知识。如今、几乎任何规模的零售商均可根据科学分析告知其在网店和实体店内部向消费者提供的产品类别、从而提高销量。

为何选择 IBM？

IBM 能够面向数据分析领域提供丰富的专业知识以及广泛的组件和功能。IBM Analytics 提供了一种基础平台、可用于信息集成和管理、数据和内容管理、开放数据技术的高价值扩展、以及广泛的分析功能、能够帮助组织快速、轻松且安心地利用数据、来获取业务价值。

IBM Analytics 拥有一套战略和解决方案、目前在继续增强、以满足主要零售需求：建立更智慧的营销方案和供应链、提供更智慧的购物体验并开展更智慧的运营。

了解更多信息

如欲了解关于 IBM Social Merchandising for Retail 的更多信息、请联系 IBM 代表或 IBM 业务合作伙伴、或者访问：

ibm.com/analytics/us/en/industry/retail

IBM Analytics 能够提供全球种类最丰富、覆盖范围最广的一套数据和分析技术及解决方案、涵盖服务、软件、研究和混合云等领域、能够为企业、政府和个人创造新的价值。如欲了解关于 IBM Analytics 产品和服务的更多信息、请添加 @IBMAnalytics 和 @IBMRetail 关注我们的 Twitter 并访问 www.ibmbigdatahub.com。加入对话：#ibmanalytics 和 #IBMRetail



© IBM 公司版权所有 2015

IBM Analytics
Route 100
Somers, NY 10589

美国印制
2015 年 9 月

IBM、IBM 徽标以及 ibm.com 是国际商业机器公司的商标、已在全世界许多管辖地区注册。其他产品和服务名称可能是 IBM 或其他公司的商标。当前的 IBM 商标列表请参见网站 ibm.com/legal/copytrade.shtml

本文档包含截至发布之日的最新信息、IBM 可能随时更改。并非所有产品或服务在 IBM 开展业务的所有国家/地区均有提供。

本文所载信息按“原样”提供、不做任何明示或暗示的担保、包括对适销性、特定目的的适用性的任何担保、以及针对非侵权的任何担保或条件。IBM 根据产品交付协议中规定的条款和条件为产品提供担保。



请回收再利用