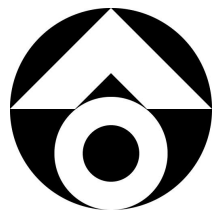


# 上海谷明科技中心

AI, 赋能未来





# 公司介绍

Company Introduction

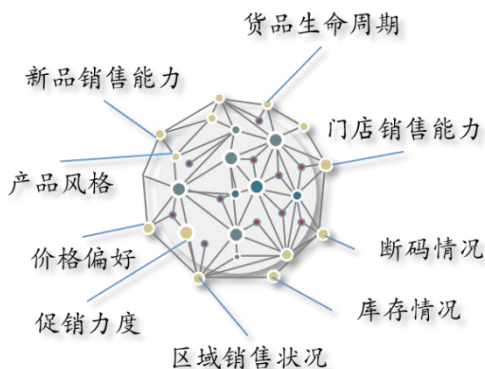
PART I



# 谷明科技，服务企业数字化营销

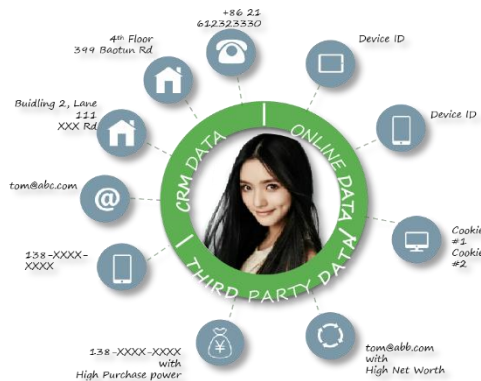
依托强大的数据处理能力和 AI 算法  
辅助市场部门做出更好的营销决策

用户，是企业的核心资产



产品的设计和选品，必须是基于对用户的  
需求的充分理解

企业对数据的分析能力  
将会决定企业未来能够走多远



快消



Unilever



Pernod Ricard



美妆

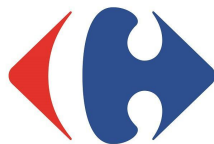
L'ORÉAL



GIVENCHY

MAYBELLINE  
美宝莲 NEW YORK

商超



Carrefour

家乐福



鞋服

BeLLE 百丽



达芙妮  
DAPHNE



## 产品介绍

Product Introduction

PART II

## 市场痛点



各国政府对**个人信息**的保护和立法越来越严格



如何进行有效的**店铺选址**, 从而规避选址失败带来的租金损失



互联网**获客成本**越来越高



## Smart Biz



**不**适用个人敏感信息, 规避法律风险

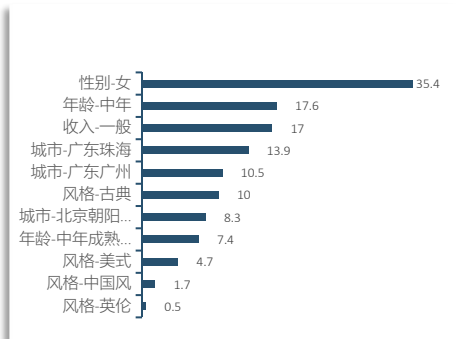
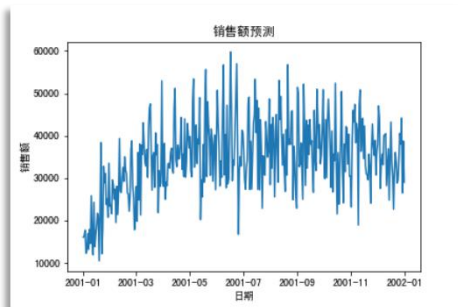


使用简单的**调查问卷**进行店铺销售预测和选址优化



基于品牌的产品特征分布, 选择**性价比**最高的平台进行广告投放

## 店铺选址



## 优质用户筛选

不使用个人数据

## 销售预测

销售预测



优质用户识别

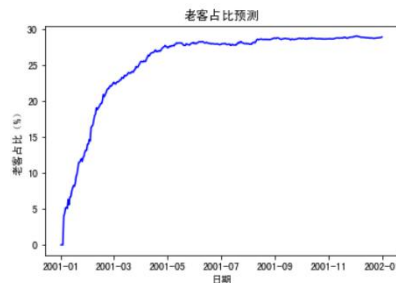
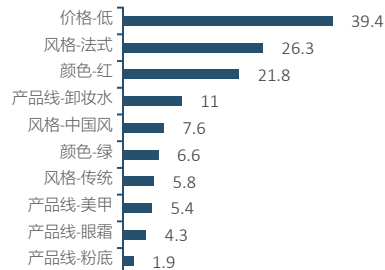
## 畅销品预估

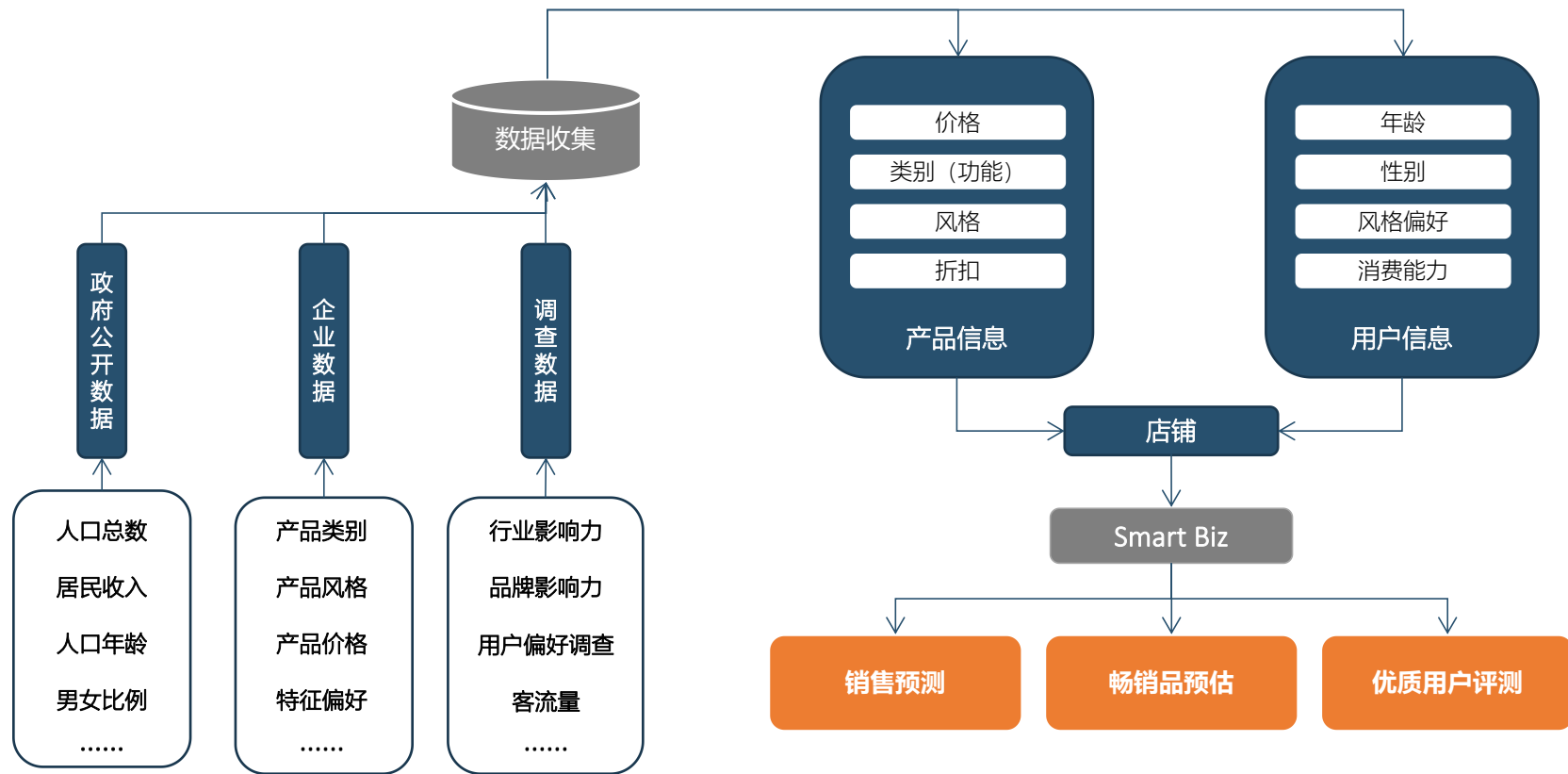
产品分析



用户忠诚度预测

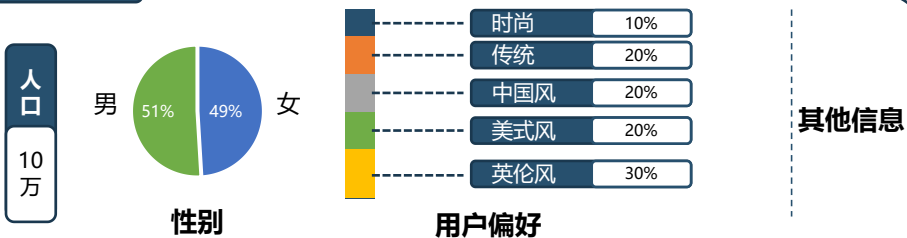
## 畅销品预测



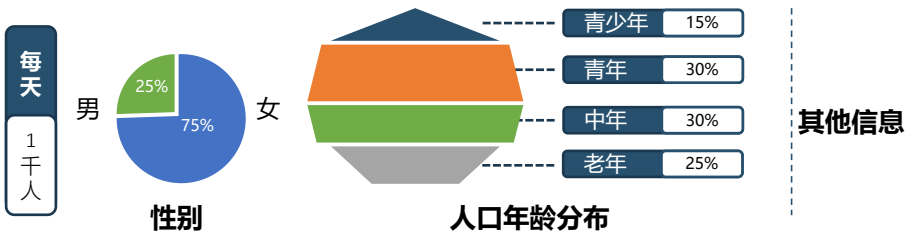




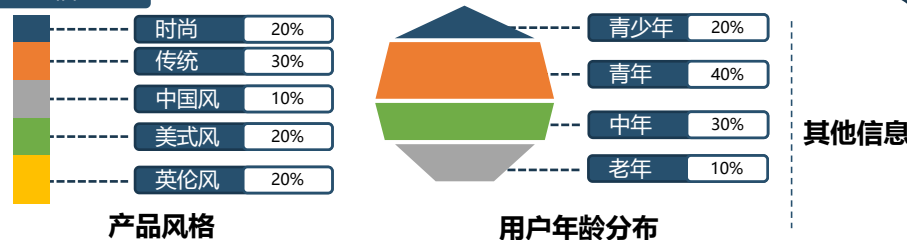
## 本地人口信息



## 流动人口信息

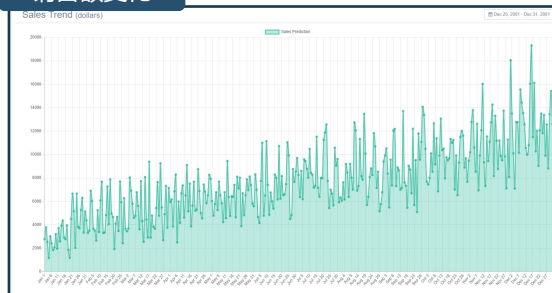


## 品牌信息

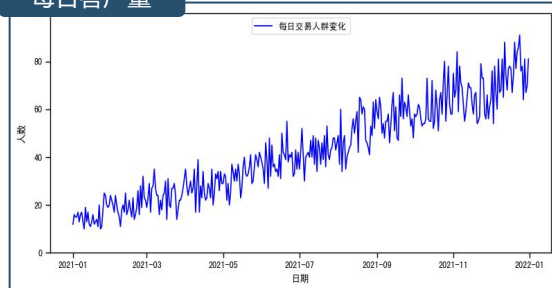


Smart Biz

## 销售额变化



## 每日客户量



注意：这里使用一家化妆品店铺作为案例

找到我们最优质的用户有什么样的用户特征

## 用户信息分布

性别



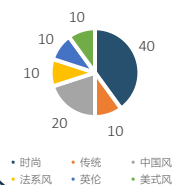
年龄



收入



偏好



Smart Biz

## 用户特征评价

重要特征

不重要特征



性别



年龄



收入



风格偏好

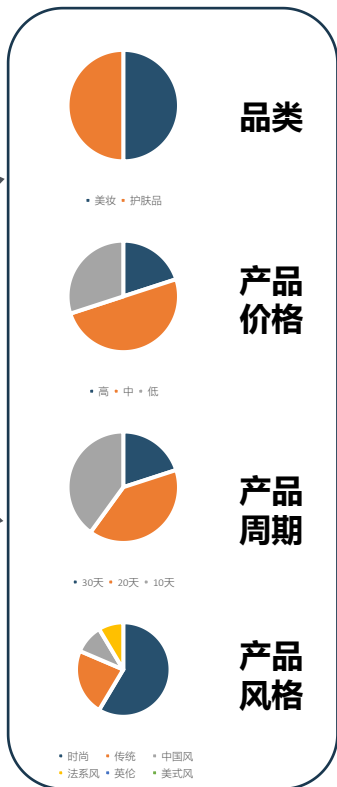
## 优质用户特征识别



注意：这里使用一家化妆品公司作为案例

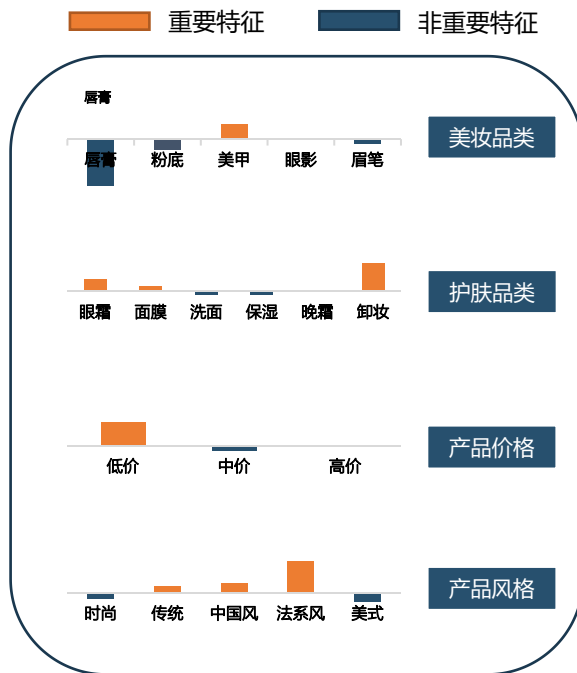
针对当前人群，找到潜在的畅销品特征，帮助我们更好设计产品

## 产品信息

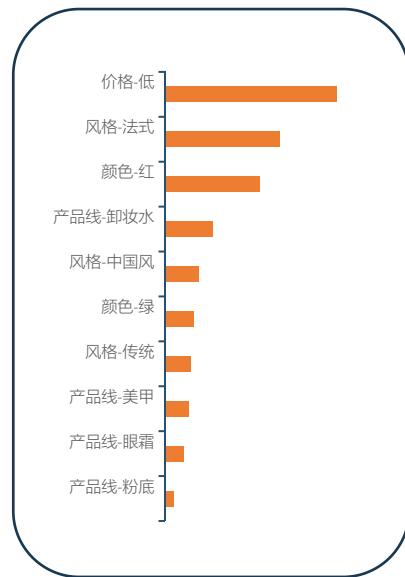


Smart Biz

## 产品特征评价



## 畅销产品特征评分



注意：这里使用一家化妆品公司作为案例



## 应用展示

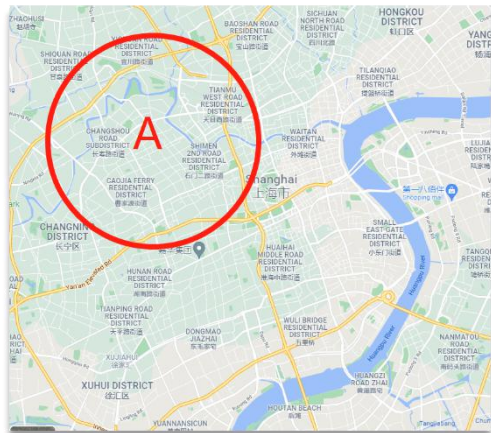
Application Show

PART III

已知各个性别和年龄层中的人群使用美妆产品的人群占比

	青少年	青年	中年	中年成熟	老年
男	3%	10%	20%	15%	5%
女	20%	70%	70%	50%	30%

同时得到 A 商圈覆盖的人群数量和人口结构



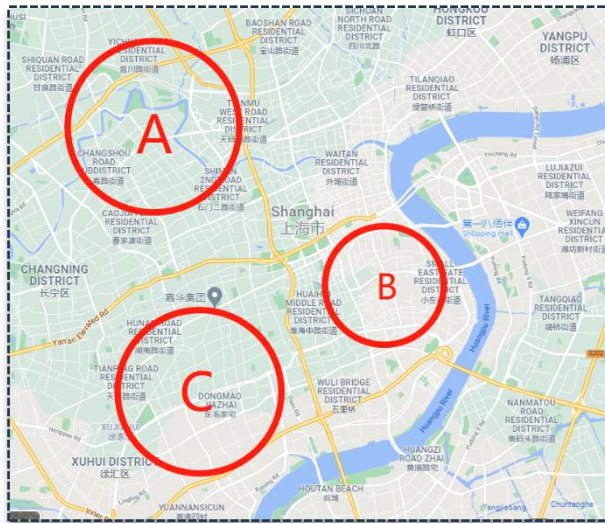
- 人口:**
- 10万人
- 性别:**
- 男: 50%
  - 女: 50%
- 年龄:**
- 青少年: 15%
  - 青年: 30%
  - 中年: 30%
  - 中年成熟: 15%
  - 老年: 30%

Smart Biz

产品市场规模预估

23,315 人

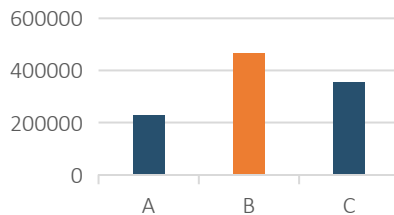
**背景：** 有A、B、C共3个商圈，人口结构均与上页相同，且其覆盖的人口分别是10万，6万，10万，同时其每天的人群流量分别为800（A）、1500（B）、800（C），流量人群和本地人群人口结构相同，问：应该选择哪个商圈作为**新店铺选址**？



	覆盖人口 (人)	每天流量 (人)	本地占比 (%)
商圈A	10万	800	10%
商圈B	6万	1500	10%
商圈C	10万	800	20%

## Smart Biz

**业绩预测：**  $B > C > A$

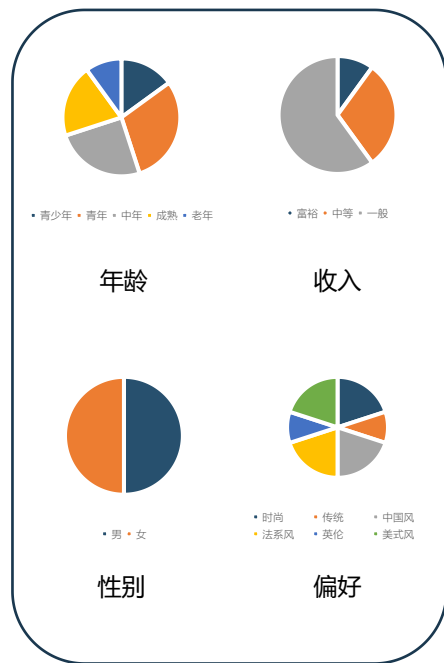


## 分析：

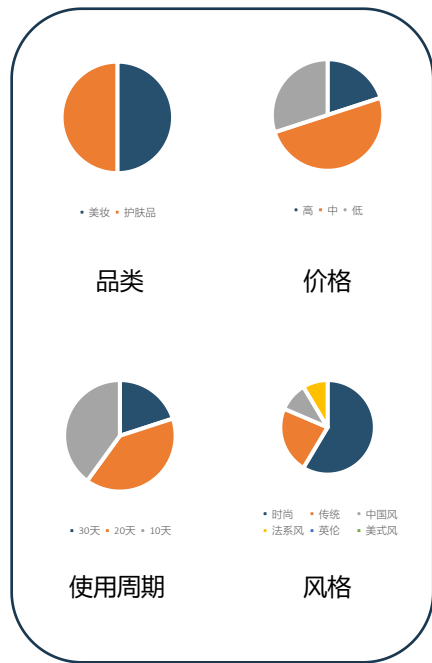
- ◆ 商圈中的流量越大，业绩越好，和商圈覆盖人口无关 ( $B > A$ )
- ◆ 商圈中的流量人口中，本地人口比例越高，会越有利于品牌老客累积，也会创造更好的业绩 ( $C > A$ )

**注意：** 这里使用一家化妆品公司作为案例

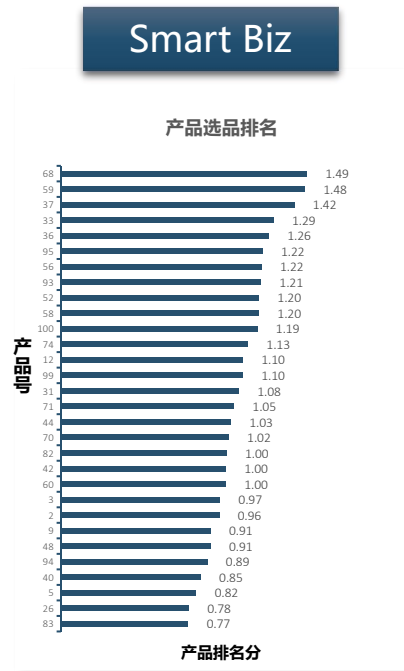
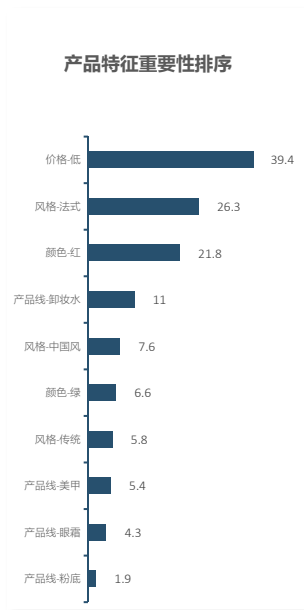
**背景：** 店铺A 需要从 100 件待选商品中选择 30 件售卖，已知所覆盖人口的结构和分布如下？



本地用户信息



待选产品信息

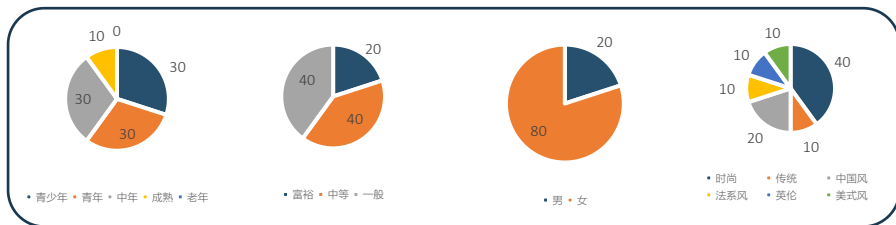


产品选品排名

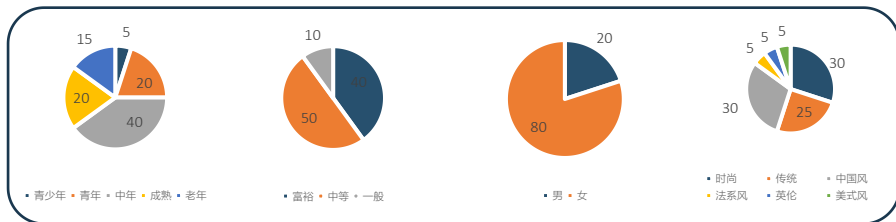
**注意：** 这里使用一家化妆品公司作为案例

**背景：**当前品牌有2个广告平台可以进行广告投放，已知两个平台的人群的特征分布如下，问：如何评估两个广告平台对自己的品牌产品的价值？

广告平台A



广告平台B



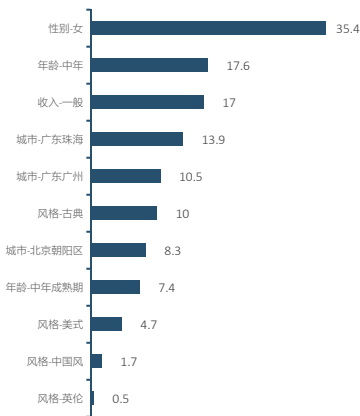
年龄

收入

性别

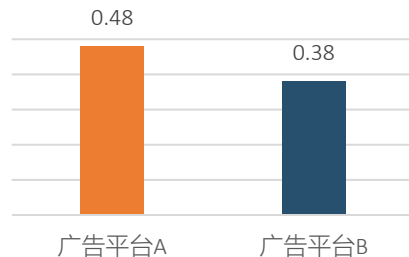
偏好

用户特征重要性



Smart Biz

用户质量



分析：

- ◆ 对于品牌来说，广告平台A相对于广告平台B的平均用户质量更高
- ◆ 如果只是选择展示类广告位，建议优先选择广告A平台

**注意：**这里使用一家化妆品公司作为案例



# 谢谢

谷明科技，赋能未来

