



中关村科金

DZ 得助智能
DEZHU INTELLIGENCE

WHITE
BOOK

零售电商AI数智化营销服务 白皮书

2023.12

得助智能 白皮书系列

领先的对话式
解决方案提供商
技术

目 录

前言.....	1
一、零售电商营销服务概况.....	2
(一) 零售电商行业数据.....	2
(二) 消费模式的变化趋势.....	3
(三) 零售电商营销服务技术应用.....	5
二、零售电商营销服务难点解析.....	7
(一) 消费者侧：体验差.....	7
(二) 客服侧：效率低.....	7
(三) 管理侧：运营难.....	8
三、零售电商 AI 数智化营销服务解决方案.....	9
(一) 消费者侧：提升体验.....	10
(二) 客服侧：提高效率.....	11
(三) 管理侧：精细化运营.....	12
四、标杆案例.....	15
(一) 瑞幸咖啡（中国）有限公司.....	15
(二) 某知名特卖电商.....	16
(三) 重庆百货大楼股份有限公司.....	18
(四) 北京物美商业集团股份有限公司.....	19
(五) 某知名护肤品牌.....	20
(六) 某知名商业连锁股份有限公司.....	22
五、零售电商数智化营销服务未来与展望.....	24

前言

当前，零售电商行业已经从过去的高增长时代进入存量博弈时代，产品与服务的差异化显得愈发重要。特别是随着体验经济的来临，消费者对于服务质量的要求日益提高。

新的时代底色，给行业的营销服务带来严峻的挑战。对员工而言，为了满足用户不断增长的服务需求，日常需要处理大量简单重复的用户问题，承受用户的抱怨，甚至还要承担营销增长的工作压力。对企业而言，经济下行业绩承压，客户运营成本居高不下，不堪重负。市场存量竞争愈演愈烈，企业客服中心、运营中心等部门职能也因此发生改变，亟需完成从成本中心向利润中心的转型。

为了破局新时代，零售电商企业纷纷尝试 AI 营销服务创新应用。需求驱动下，云计算、大数据、AI 等技术应用不断成熟，在消费者体验、客服效率和管理运营等维度均有不错的落地成果，帮助企业更好地了解消费者需求，显著降低运营成本，进而提高业绩表现。

本篇白皮书从零售电商行业营销服务领域的现状、痛点、趋势等维度展开分析，并选取了多个标杆企业应用样本，从对话式 AI 技术角度出发，围绕零售电商客户全生命周期提出一体化 AI 智能营销服务解决方案，旨在帮助零售电商企业降本增效，为行业的持续发展与数智化转型升级贡献智慧。

一、零售电商营销服务概况

(一) 零售电商行业数据

2011年-2022年，网上零售额同比增长率总体呈下降的趋势。而在2022年，全国网上零售额达到13.79万亿元，占据了社会消费品零售总额的31%。虽然网上零售额整体增幅相比往年有所下降，但在社会消费品零售总额中占比逐年攀升。由此可见，电商已成为零售企业需要重点布局的消费渠道之一。同时，行业发展面临流量见顶、增量难寻的困境，精细化运营的重要性逐渐提升。



图 1-2011-2022 全国网上零售额及同比增长率

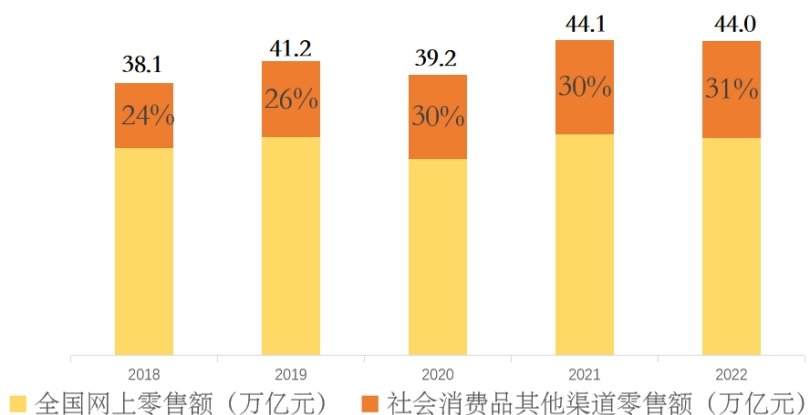


图 2-2018-2022 年网上消费额及社会消费品总额

(二) 消费模式的变化趋势

随着经济和消费业态的回暖，中国消费市场被注入新活力，随之而来的，新人群、新需求、新模式的出现为中国消费市场正带来了全新的机遇和挑战。

相关研究显示，在消费者理念的相关问题调查中，当前看重性价比、按计划购物的消费者占比达到 80.4%。为了理性消费，消费者在消费前也通常货比三家，多方查阅优惠信息，判断种草内容的真实程度等。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/816111042215010103>