



2015中国云计算用户大会

China Cloud Computing User Conference

搭建智慧电商云平台实践

Jason HAN





消息云

消息云 - 产品定位

通过**云服务**模式，像自来水和天然气一样，按需采购，随取随用，为企业提供全方位触点的**数字营销**服务，构建**消息推送组件盒**，将各场景下触发的精准化内容主动推送给终端用户，有效提升用户活跃度和留存率。

精准化消息云平台

02

营销分析

- 各渠道数据回流层
- 渠道偏好策略
- 用户疲劳度策略
- 活跃度分级
- 任务效果分析

01

智能用户管理

- 标签筛选
- 用户抽样
- 透视 / 分析
- 切分 / 屏蔽
- 智能预设用户群

03

触点渠道

- EDM
- SMS
- APP
- 微信
- 平台站内信
-

用户对接受消息的“诉求”

- 在各阶段用户对于信息种类的需求呈阶梯性扩充
- 而对于信息质量的要求可统一归规整为3个纬度。

统一性

精准度

干扰度



商家对投放消息的“诉求”



开发者对消息云的“诉求”

01 便捷性

提供标准化接入服务

02 扩展性

支持移动互联网等各新渠道的延续性接入

消息云平台

03 兼容性

支持多平台 (WEB&APP)
同步接入

04 扩展性

到达稳定、快速
及时修复

消息云 - 产品定位

以精准化**投放中心**为基础，涵盖**用户管理**、**多渠道**通道支撑、完整**数据回流**体系、**投放策略过滤**层等模块，支持分层权限控制的雏形版本作为一期的目标。并结合电商特性配合YCM信息源作为试点。之后将再其基础上线下、外部商家、走向开发者云平台之路。

电商版

承接电商平台各信息源、搭建基础投放中心，实现基于策略层的精准化消息推送。

O2O开拓版

开放性的商家应用组建形式，形成线上线下商家CRM营销工具应用。

01

02

03

04

外部引流版

作为开放性的消息平台，支持外部商家的接入使用。


开发者终极版

真正打造云平台理念，提供标准化的接入服务规范。

消息云应用

信息种类


- ✧ 退换货信息不透明
- ✧ 抵用券到账提醒，但过期不提示
- ✧ 账户余额变动存在风险
- ✧ 个人化信息缺失（精准推荐&订阅）

- 
- ◆ 信息种类的缺失
 - ◆ 部分单渠道信息源未接入

YCM作为统一消息载体，承接各信息源的接入&各渠道的输出。
在消息渠道推送中，设立“用户”纬度的精准化推荐体系。

信息质量

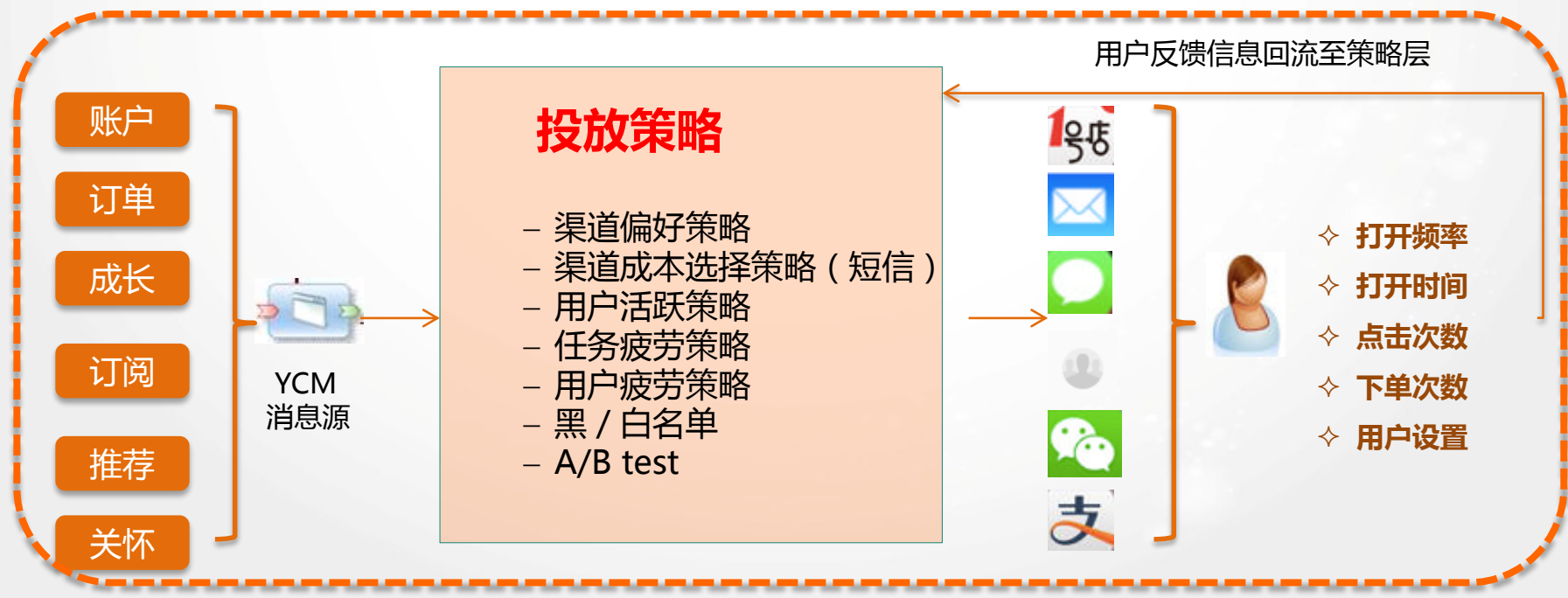
- ✧ 单个信息通过多渠道重复发送
- ✧ 各渠道对于单个信息的内容描述不一致
- ✧ 被动接收所有推送的信息，无处可进行分
类消息的订阅/退订
- ✧ 无线端容易错过重要消息的查阅
- ✧ 发送时间处于无序阶段
- ✧ 所有用户采用统一的发送频次控制
- ✧ 对于具有时效性的信息发送延迟严重

- 
- ◆ 缺乏统一的渠道消息管理机制。
 - ◆ 推送消息缺乏消息聚合页的沉淀。
 - ◆ 缺乏个性化投放策略&渠道偏好策略。

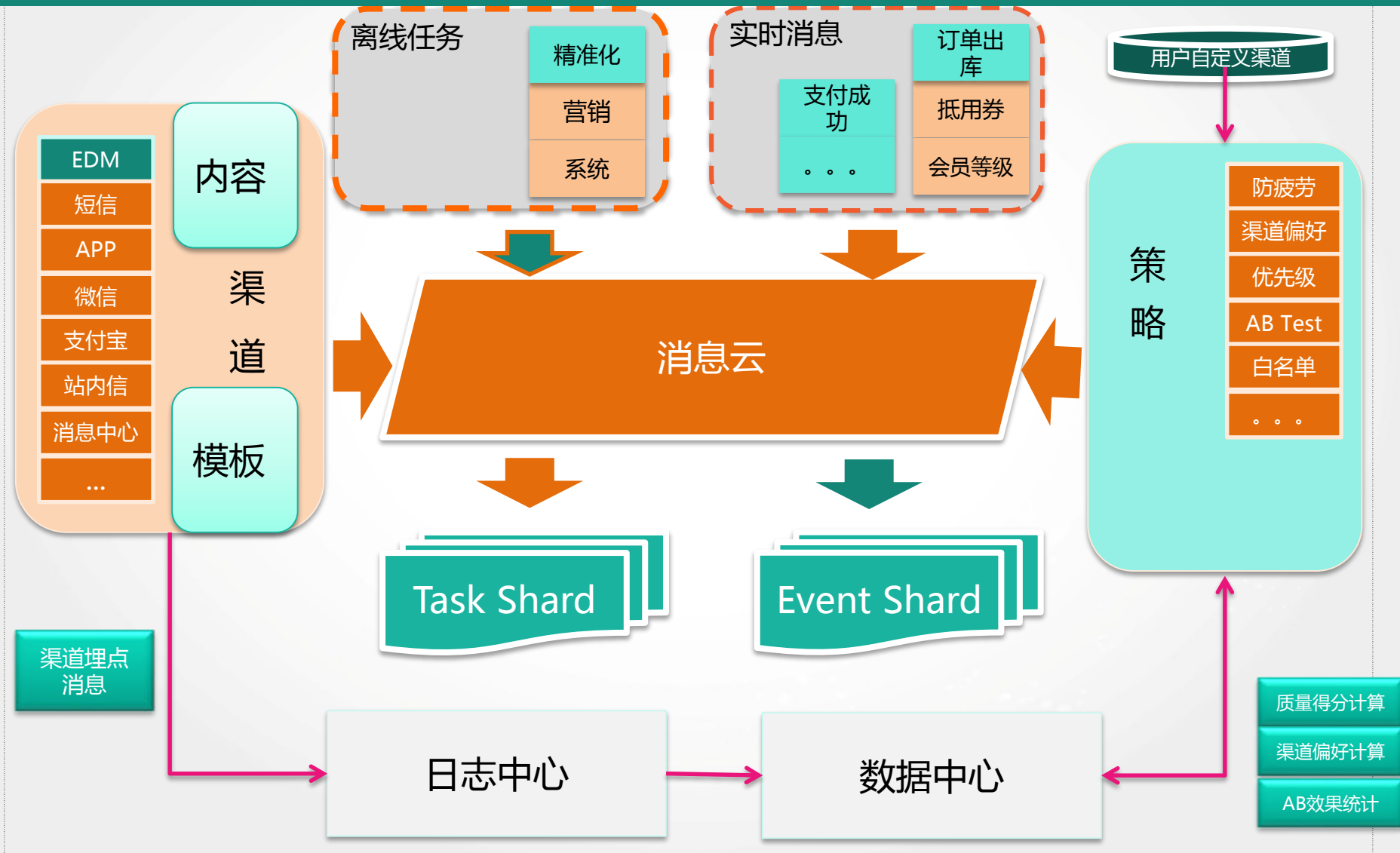
完善消息数据埋点&信息回流，设定用户渠道活跃度等级策略&渠道偏好策略。
在各个平台中搭建消息的聚合页面，提升推送渠道的转化率。
搭建统一的投放中心，对各渠道统筹管理。

消息云产品结构

- **精准化消息投放中心**：集品类运营、渠道运营、技术后台控制为一体的投放平台。（核心是帮助运营决策而不是简化投放步骤）
- **消息源的整合**：6大类信息源的整合，并在消息渠道推送中，设立“用户”纬度的精准化推荐体系。
- **投放策略的管控**：设立权限分层、可视化的运营投放监控、个性化投放偏好策略的嫁接、完整的数据回流闭环。



消息云技术架构设计





价格云

网络爬虫

5,000万次每天



智能匹配



自动调价



Business
Insight
数据分析

智能定价【面向未来的设计】

分析、预测、决策、执行形成闭环



智能定价【迅速的价格调整】

持久保持价格优势



引领价格战走向冠军

按特定频率定时调整商品价格：

- 价格敏感商品按指定调价频率、定价策略调整价格

定时



触发调价



价格优势

事件

SKU级别的事件监控体制

- 制定明确的价格变动影响因素，根据外部事件调整商品价格

价格的变动方向分为升价、降价、持平，常见的升价条件为核心对手对应商品缺货、核心对手对应商品下架、独有商品等。常见的降价条件有价格跟低、竞争对手促销等



可持续的定价知识积累
不断提升毛利

智能定价【可扩展的定价决策模型】

面向业务，技术驱动

定价策略知识聚类

经济学模型定价策略

待插入定价策略

趋利策略



趋量策略



活动支持策略



面向抽象定价策略管理，定价策略可插拔，坚持技术驱动为导向，以定价策略扩展方式，驱动业务发展

趋利策略：例如渐进式（BSP）调价，以价格变动为驱动因素，调价引擎合理尝试价格变动，发现订单转化与销售额最优化点，持续提升SKU销售额

经济学定价模型：通过统计学知识对SKU销售数据、属性数据、竞争对手信息进行多元（MULTI NOMINAL LOGIT）分析，发现最优销售额价格点，对商品价格进行变动，同时跟踪运营数据，不断调整模型，持续提升销售额

智能定价【前瞻性的模式设计】

系统先行 业内领先

每小时100万SKU的调价引擎，在同行业中，已达到业界领先水平！

自营超过80%SKU参与自动调价，每周调价规则有效命中40%SKU（15万次以上），节省大量人工改价成本

A/B test 测试验证，参与调价的商品销量占比增幅2.93%，销售额占比增幅38.22%

自动化调价3.20显威力，生活电器、汽车用品品类销量top10的商品中，自动调价SKU由2个提高到6个

实现对线上京东、淘宝、亚马逊、易购等所有主流全国性、区域性电商进行比价

D50项目上线3个月，参与比价手机销售量翻番。



1号店价格



PIS全自动调价规则模型：

- 智能调价模型：以Discrete choice model经济学理论建立数学模型，确保毛利前提下销售额最大化。
- 人工策略：通过分析竞争对手情报指定反制措施，基于神经网络模型，如京东D50战略中的应用。
- 用户价格体验规则：提升价格好感度。通过价格进位、差位取舍等设置，对价格进行包装。此规则已领先于Amazon。

高性能规则引擎：

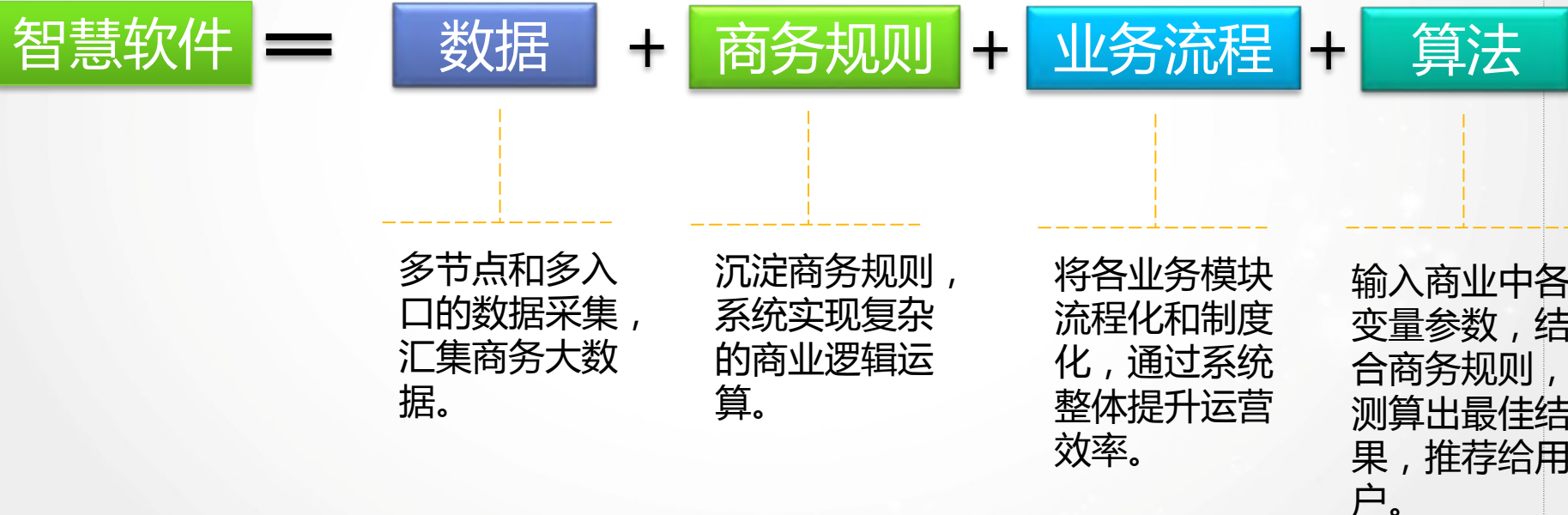
- 采用分布式的Rete算法，更高效、且支持水平扩展。

创新 | 诚信 | 顾客 | 执行



电商云- 智能化的电商体系

互联网时代的电商系统，基于人工智能，是商务规则、业务流程、算法、数据的结合。



电商云

将电商的系统 and 运营能力进行打包，为有需要独立开展电商业务的企业，提供定制的服务。

基于电商云的智能化电商体系，将在未来2-3年出现。





2015中国云计算用户大会
China Cloud Computing User Conference

Thank you!

