



大数据提升客户体验的创新与实践

海量信息技术股份有限公司

2016年6月

1

问题与挑战

2

互联网数据的价值体现

3

企业数字聆听平台

4

核心技术优势

5

公司概述

1

问题与挑战

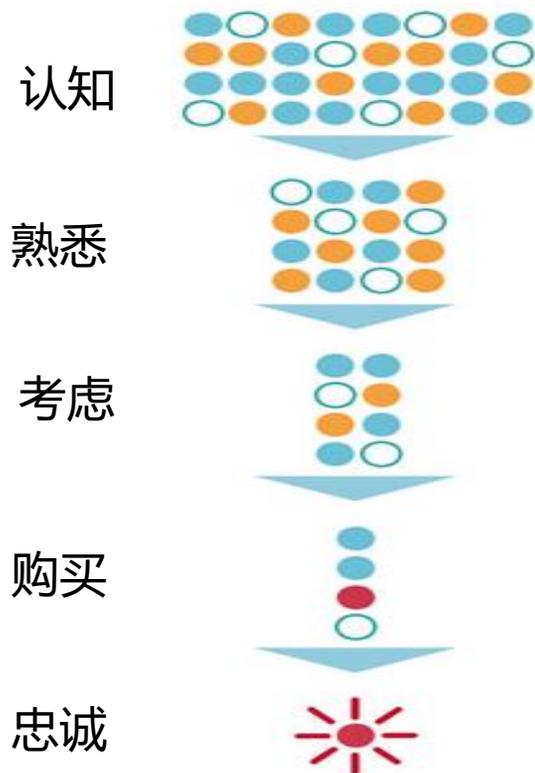
随着信息时代的到来，大数据产生的方式经历3个阶段：

- **运营式系统阶段。**如：超市、银行的交易记录系统，医院病人的医疗记录系统等。
- **用户原创内容阶段。**互联网的诞生促使人类社会数据量出现第二次大的飞跃。但是真正的数据爆发使于Web 2.0，这个阶段数据的产生方式是主动的。
- **感知式系统阶段。**由于各种带有处理功能的传感器被普遍使用，推动数据量第三次大的飞跃最终导致了大数据的产生，这个阶段数据的产生是自动的，今天正处于这个阶段。

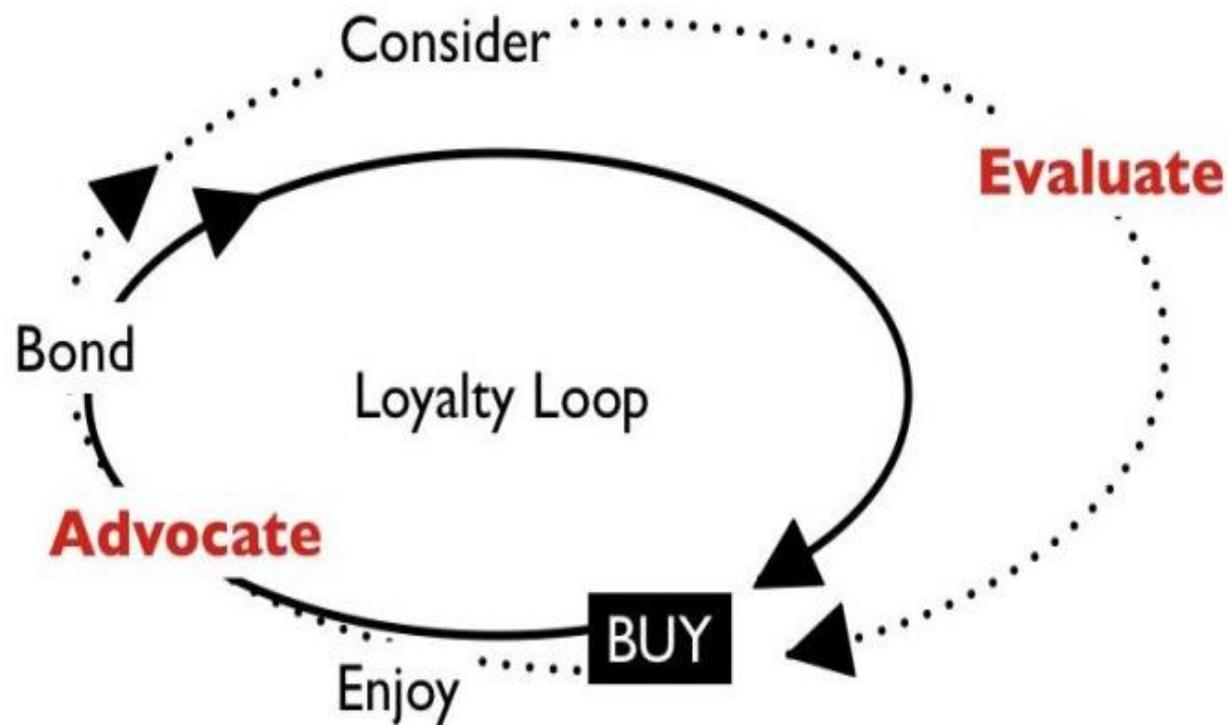
总之，数据产生经历了被动、主动和自动三个阶段。这些数据共同构成了大数据的来源，但其中自动式的数据才是大数据产生的最根本原因。

消费者的决策历程在发生深刻的变化

传统的“漏斗”模式

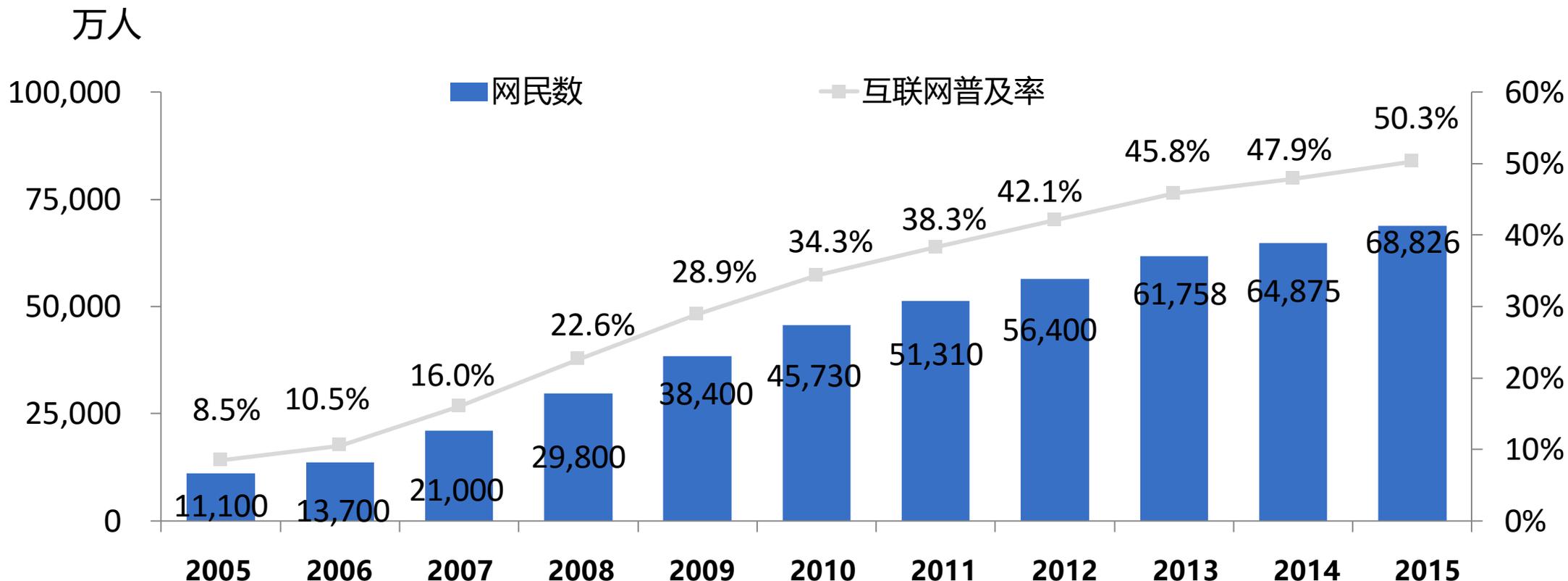


麦肯锡-消费者决策历程



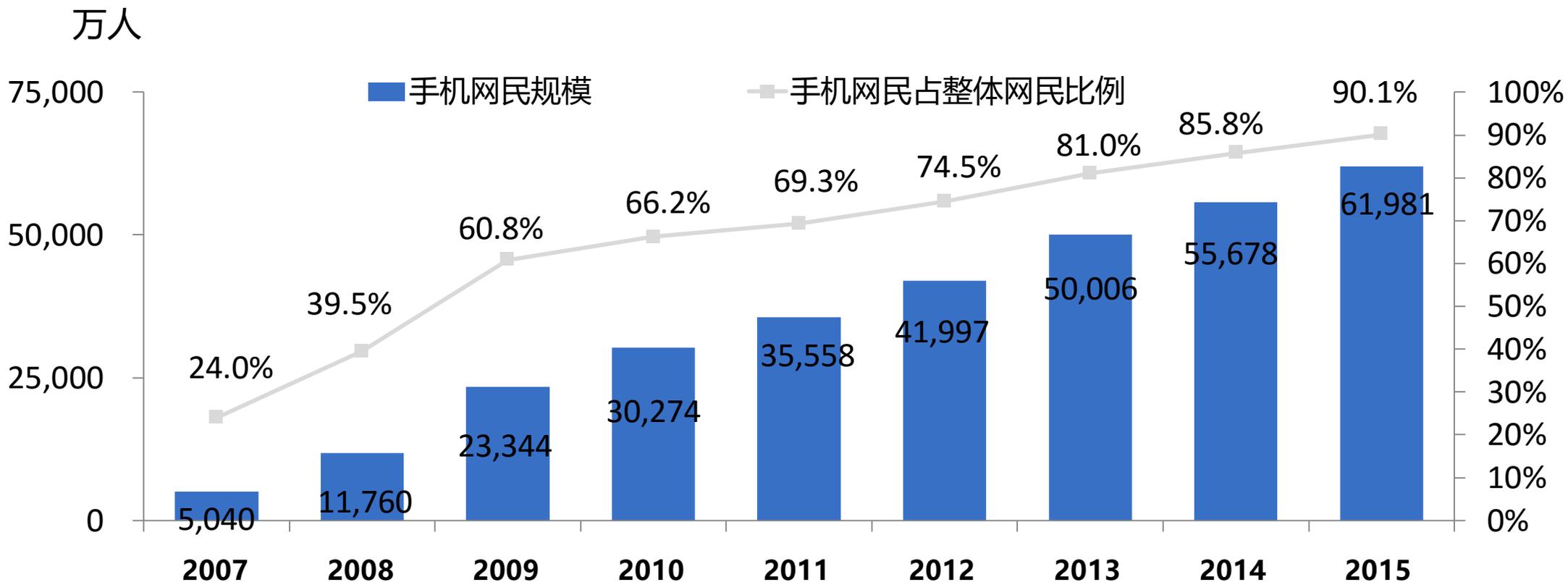
中国网民规模达6.88亿，互联网普及率为50.3%

中国网民规模和互联网普及率



数据来源：CNNIC第37次《中国互联网络发展状况统计报告》

中国手机网民规模及其占网民比例



数据来源：CNNIC第37次《中国互联网络发展状况统计报告》

- 大部分企业通过传统坐席、传统调研方式了解客户体验、处理客户反馈，没有将互联网特别是社交媒体纳入监测和洞察的范围；
- 无法持续观测态势和异常；
- 时效性低，无法适应当前瞬息万变的市场。

问题：

- 如何构建一个基于互联网大数据的聆听平台，帮助企业洞察客户、及时提升客户体验？

挑战：

- 全面、准确、快速采集互联网数据
- 自然语言理解
- 行业知识库的建立

2

互联网数据的价值体现

无论点赞、吐槽，都说明客户愿意和我们一起成长

示例一：华为手机——通过改进产品提升客户体验

洞察

- 大量消费者诟病某系列手机**电池耗电太快**。
- 大量消费者诟病某款手机进行了**系统升级后**，**使用体验变差**。

可采取的行动

- 产品部门应该重点针对这些产品进行进一步测试和验证。
- 尽快改善产品，并通知售后服务机构进行更换或维修。



兴80237

+关注

今天 08:34 来自 华为P9手机摄影再突破

[问题反馈] 荣耀6移动高配版 电池耗电快 [复制帖子标题和链接]

65 5



骨头才子 登堂入室 发表于 1 小时前 来自：浏览器
最新回复 17 分钟前

只看该作者 楼主 电梯直达



企鹅跟飞天小女警都是好朋友

+关注

6月14日 19:41 来自 iPhone客户端

? 华为mate7今天升级MIUI4.0后，极度卡顿，自己也不喜欢这个版本请问如何



创业集中营

+关注



今天 10:26 来自 荣耀V8 脱影而出

我想告诉大家的是，买手机千万别相信官方的推荐升级，头两次我华为mate7升级手机发热，到了售后给我重做了系统，这次直接开不了机，而且说过了保修期收费，好吧，收费就收费吧，关键是你能解决啊。我想问的是，升级是你们官方推荐的吗

@创业集中营

华为你什么时候成为民族真正的品牌 我用的是华为mate7的手机，今天上午我收到一个提示我系统升级的一个提示，于是我点了升级，结果在升级的过程中自己停了，然后就是一直停在开机页面那，结果我跑到售后售后说没法解决，打电话到总部也说是解决不了，自己的软件升级升不解决不了，寒了国人心

6月14日 22:17 来自 荣耀V8 脱影而出

1 | 4 | 赞

示例二：海尔电器——提升售后服务质量

洞察

- 在一定时间跨度范围内，负面信息变化幅度不大，正面信息有较大波动。
- 有关于售后人员技能的，也有关于响应速度的。
- 有很多地区的用户对海尔的售后**点赞**

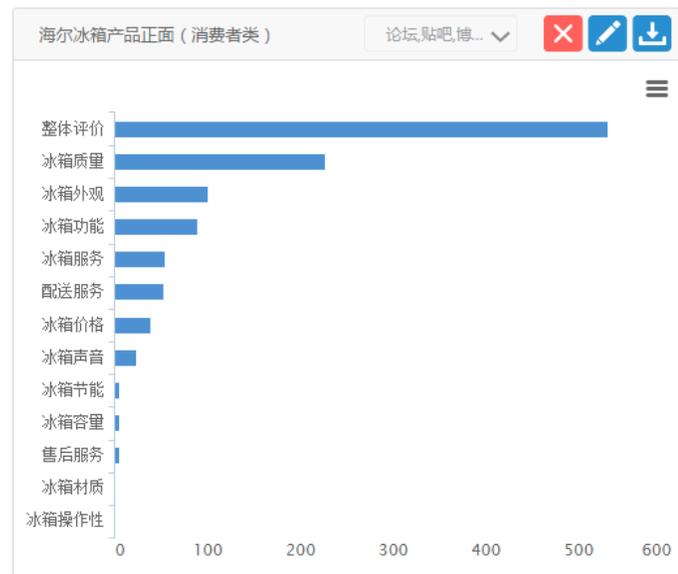
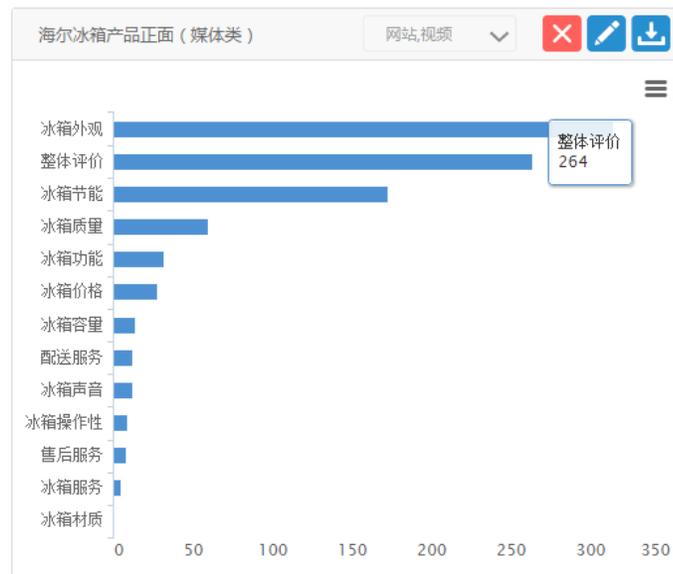
可采取的行动

- 进一步完善售后服务体系
- 不断优化呼叫中心和售后服务机构的信息传递和联动机制。



海尔冰箱产品口碑

时间 最近30天 时间 2016-04-27 2016-05-26 显示数据标签 重新统计 编辑模板



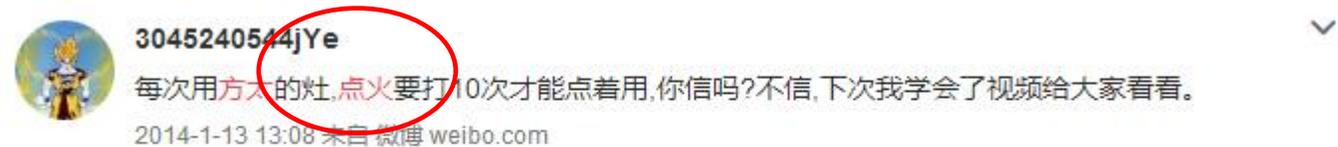
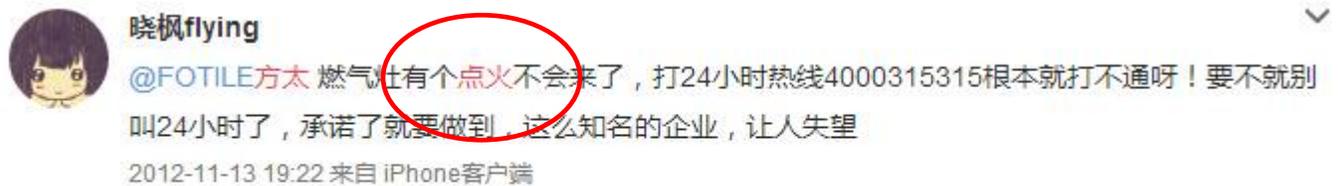
示例三：方太——愿意抱怨的客户才会是忠实客户

洞察

- 炉灶的点火系统被多次吐槽，**打不着火**成为谈论焦点。

可采取的行动

- 产品部门应该对炉灶的点火系统进行测试，重现问题并研究产品改进策略。
- 给售后服务部门提供维修或更换的方法。



示例四：其实客户非常愿意参与我们的产品设计

洞察

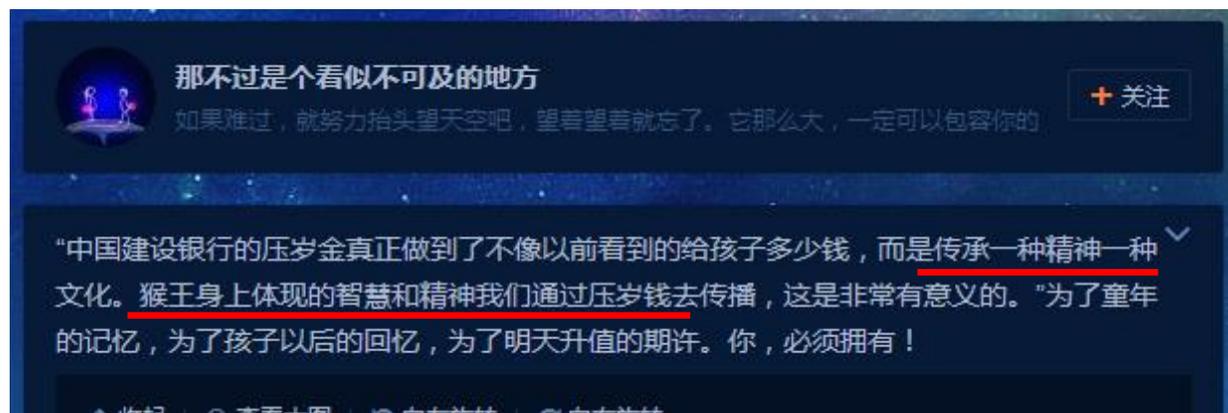
- 很多客户提出了他们希望的产品的样子和功能
- 客户非常喜欢**有温度有含义的产品**

可采取的行动

- 产品部门应该结合客户的反馈设计出更贴近需求的产品
- 应该为产品赋予温度和情感



来自12月2日的新浪微博：客户愿意参与产品设计



来自11月27日的新浪微博：客户更看重产品蕴含的意义

示例五：某银行——打不通的400电话

洞察

- 客户认为打电话给**客服很难打通**。
- 部分用户甚至吐槽**我要销卡**

可采取的行动

- 客服部门增加坐席，或者增加微信客服，手机银行在线交流客服等
- 提前收集客户抱怨，补充和优化应答话术



稀薄空气ffaty

XX 银行信用卡中心人工为何一到晚上永远无人接听，最后非要点击挂失业务才会有人处理，XX 银行人工**服务**真的很垃圾!!! 如果不懂得什么是科技办公 请从头学! XX
心微博

6月14日23:34 来自 iPhone 6 Plus

收藏

转发

评论 1



任小米木子

+关注



5月19日 10:08 来自 三星Galaxy NOTE III

() 4月26号晚上8点23分被盗刷一笔信用卡交易4900，银行至今没有给我处理好，期间电话回访过一次，处理的结果不满意，银行工作人员向上级领导反映，信用卡客服人员告知加急然处理，多次电话催促都是不了了之，我只能继续拨打建行客服电话，然后又对我说给我回复或加急处理。想通过微博艾特银行



BollChen ★

+关注



5月18日 12:03 来自 iPhone 5s

() 400电话拨打5次才接通人工服务，每次让我听音乐4分钟后最后提示繁忙强行挂断电话！接通后最想说的一句话就是，我要销卡！



龙的传人用龙卡 建设银行信用卡使用交流区

话题详情

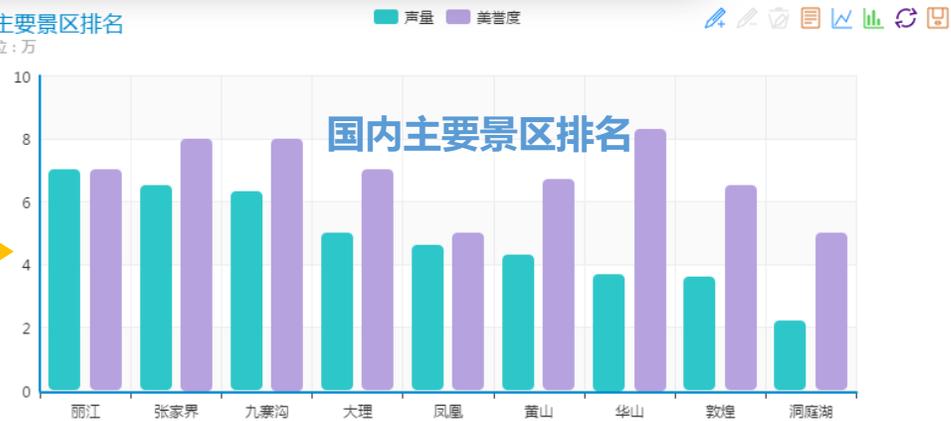
+关注

客户的偏好和场景，才是我们提升体验的入口

示例一：游客分析多级钻取



国内主要景区排名
声量单位：万



示例一：游客分析多级钻取

— 来源地分布

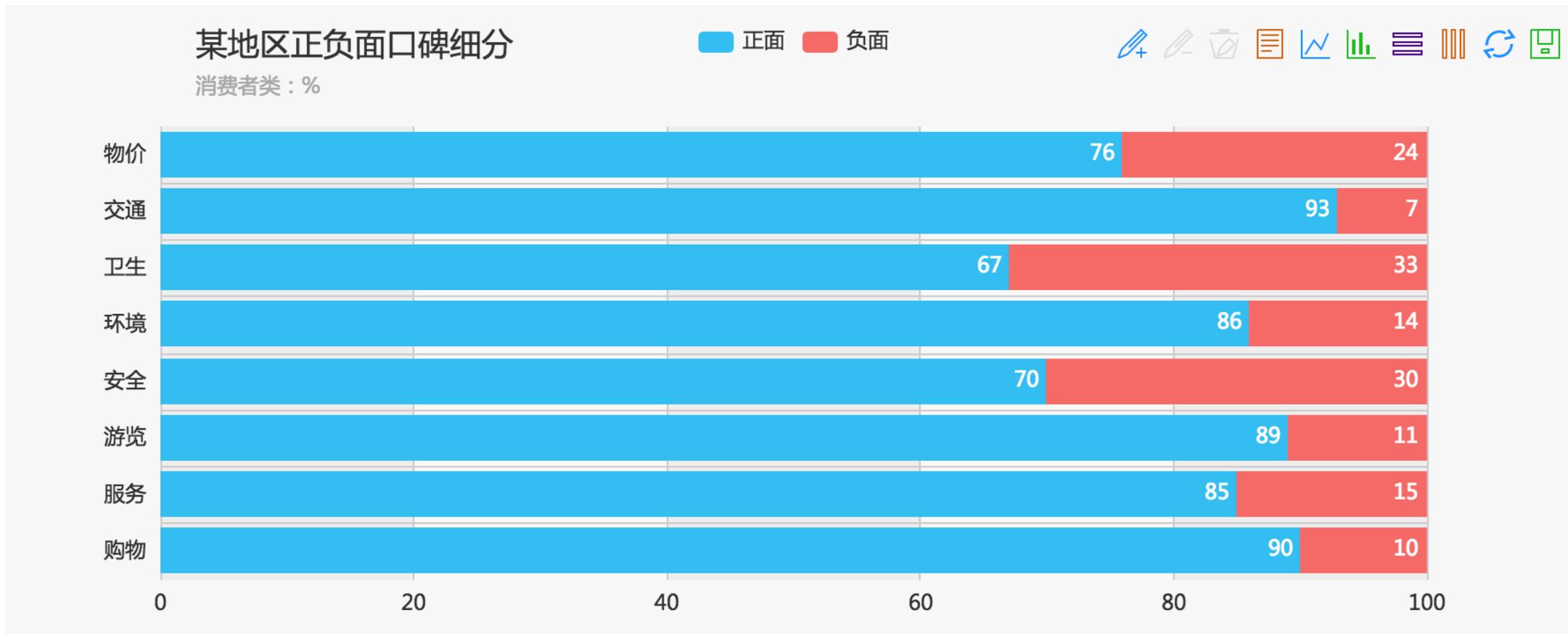
在游客在旅游垂直论坛、网站、社交媒体中的个人资料信息，以及预定时的公开位置信息，统计游客讨论的来源分布图。景区可根据网络中的讨论情况，对某些省份地域进行重点互联网广告投放。



示例一：游客分析多级钻取

— 来源地细分——某省级地区分析

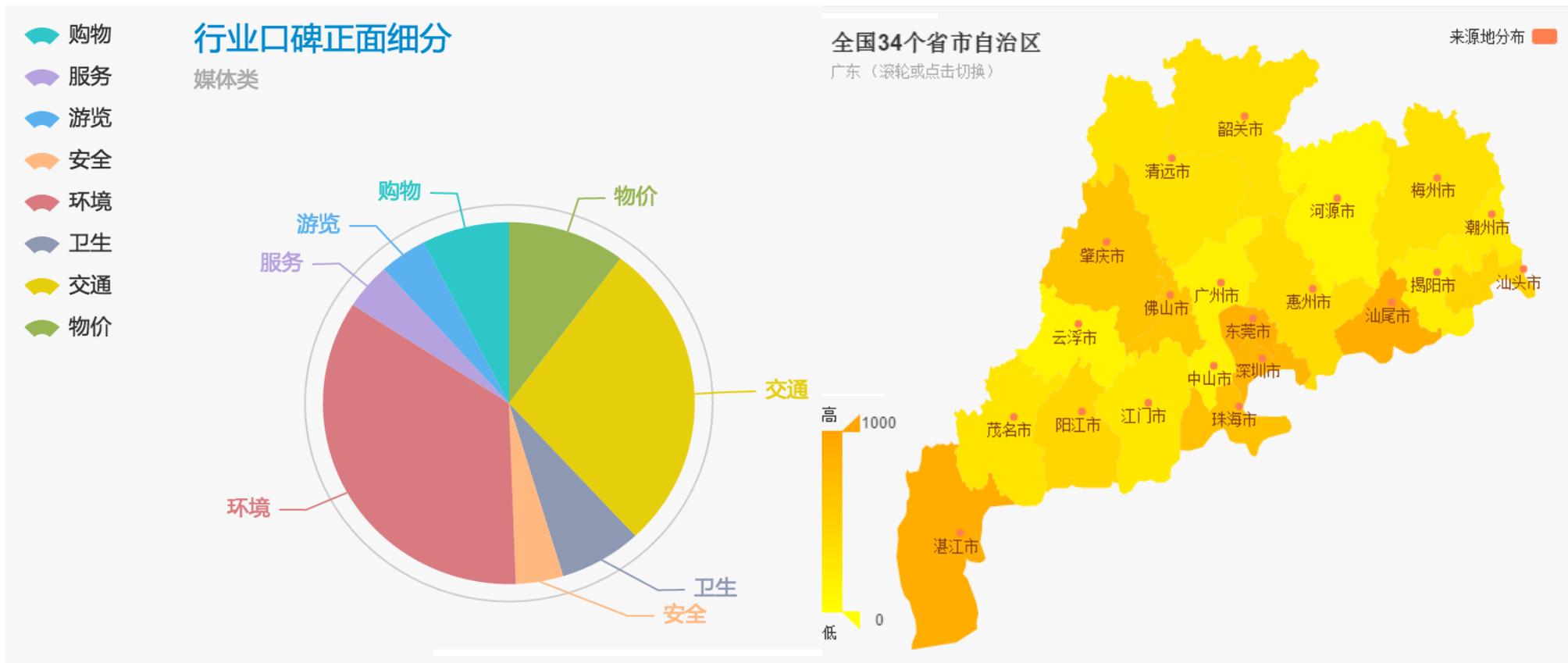
在全国各省游客来源地当中，选择重点省份进行下钻，分析该省份对于景区的正负面评价，进行区域性差异化营销。



示例一：游客分析多级钻取

来源地细分——某省级地区分析

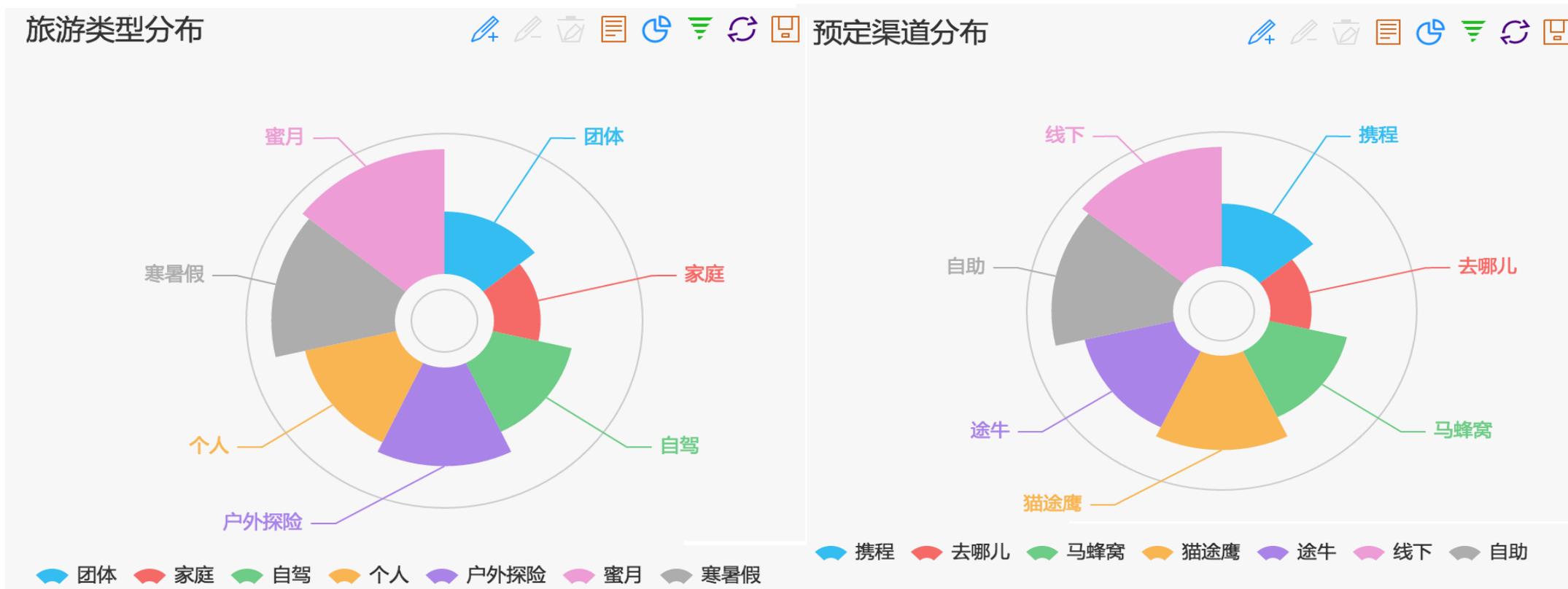
在全国各省游客来源地当中，选择重点省份进行下钻，进一步查看省内主要市区的游客来源分布，同时分析该省份对于景区的正负面细分评价，进行区域性差异化营销。



示例一：游客分析多级钻取

— 来源地细分——预定渠道/旅游类型分布

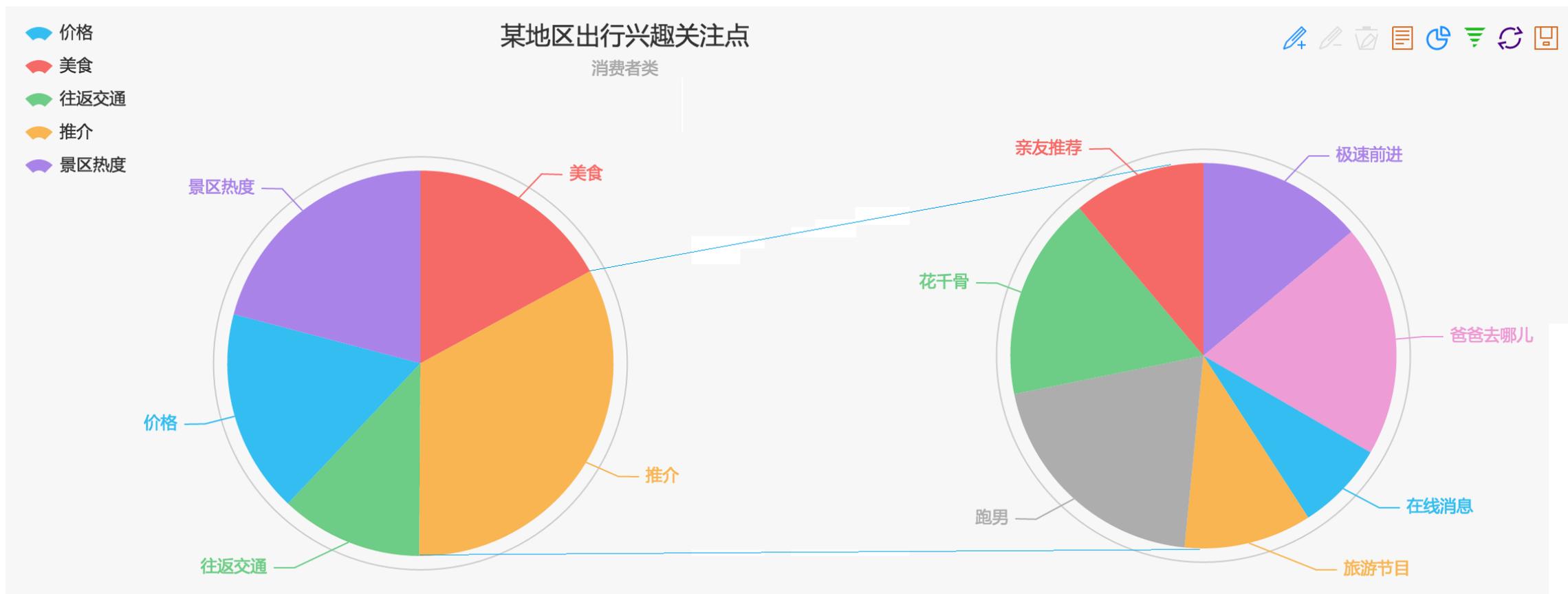
将旅游类型和预订渠道按照各个省份，进行进一步的钻取，了解重点关注省份的游客详细情况，调整在目标省份广告投放、旅游产品投放的策略。



示例一：游客分析多级钻取

— 来源地细分——游客出行关注点

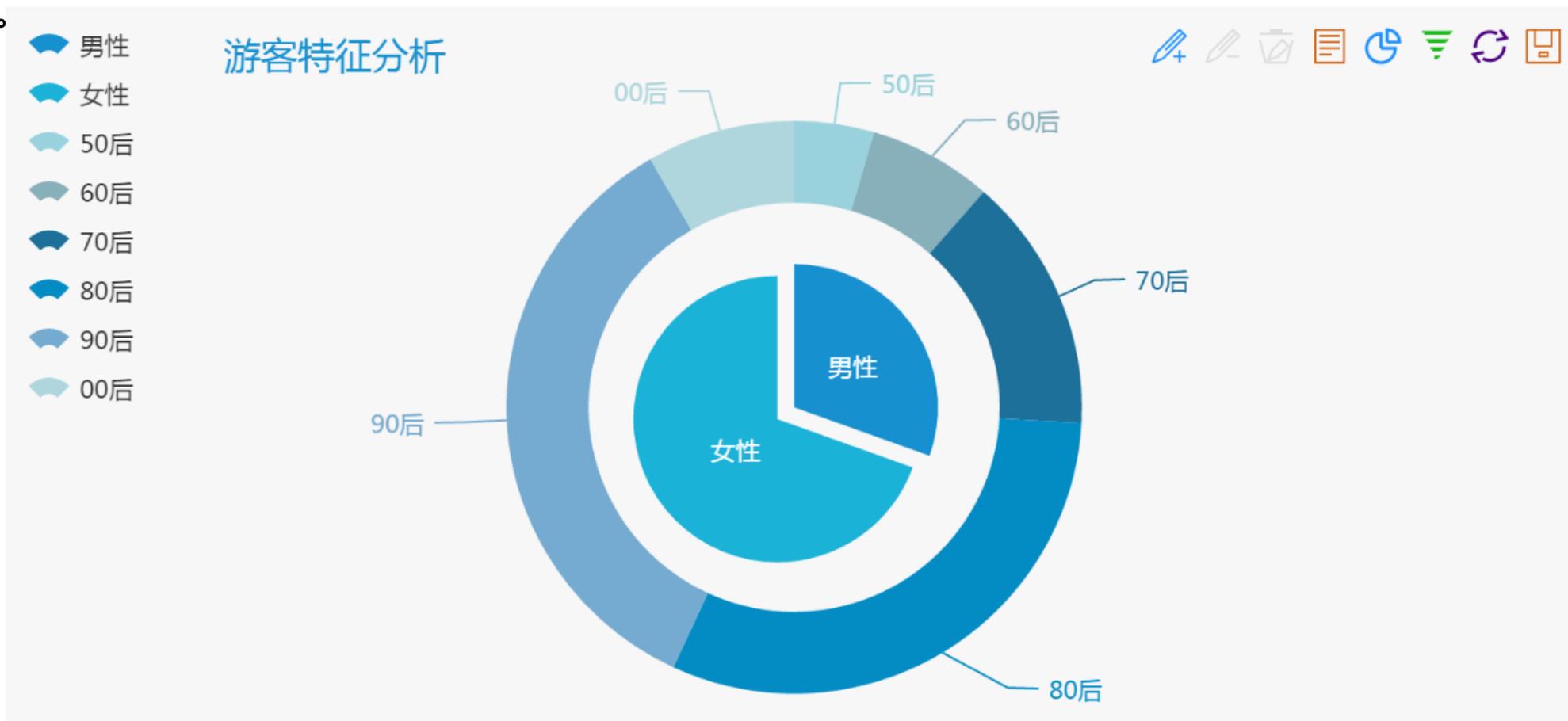
将旅游类型和预订渠道按照各个省份，进行进一步的钻取，了解重点省份的游客出行兴趣关注点，调整在目标省份广告投放、旅游产品投放的策略。



示例一：游客分析多级钻取

— 来源地细分——某地区游客特征分析

了解目标地区的旅游信息讨论的男女比例，以及年龄比例，在设计和改善旅游产品时，提供目标游客群特征的参考。



示例二：康师傅方便面配菜提及

洞察

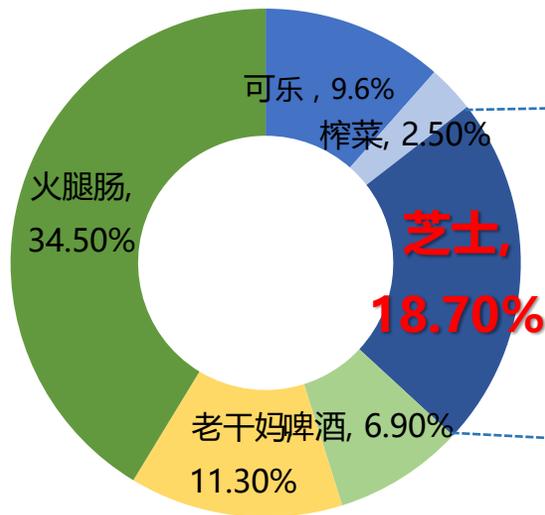
- 消费者对康师傅方便面的配菜讨论中，**搭配芝士**成为一个新的流行吃法。
- 方便面搭配芝士的人群，**近一半都是90后年轻人**。

可采取的行动

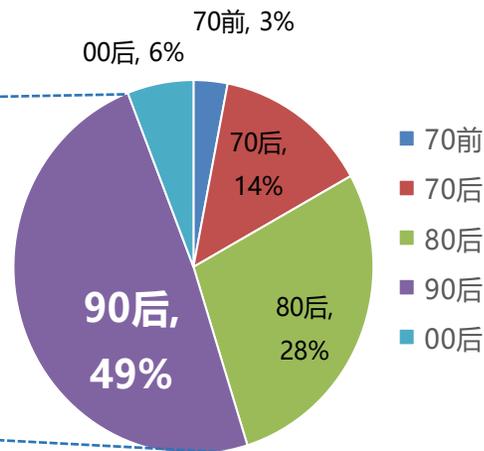
- 设计生产新的产品，增加一个芝士料包。
- 为吸引90后消费群体，广告宣传和推广活动可以以方便面+芝士作为宣传卖点之一。
- 商场中可以用方便面+芝士的组合进行促销



方便面的配菜提及



提及芝士的人群年龄分布



用一匙海天黄豆酱、一匙蒸鱼豉油、一碗清水煮汤，投入海带丝、绿豆芽、乌龙方便面饼，待面条煮软，**放入一片芝士**，芝士融化后打入一颗蛋并撒上胡麻碎和小葱绿，这样煮出来的**方便面非常好吃**！——weibo.com



终于试了加芝士的**方便面**所以怎么**加了芝士就得超级无敌好吃呢**——weibo.com



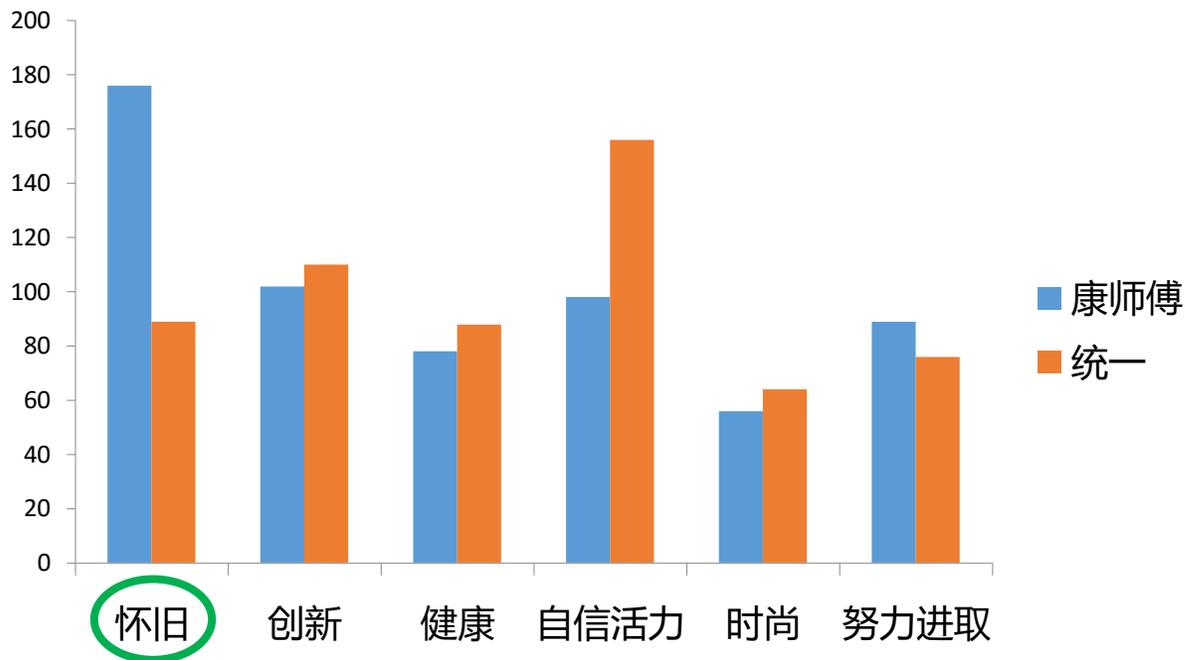
示例三：品牌监测——康师傅本竞品情感对比

洞察

- 在消费者对品牌的情感定位方面，康师傅与统一相比较，**差异性优势**是对康师傅抱有**怀旧情感**的消费者较多。
- 对康师傅抱有怀旧情感的多是**80后人群**。

可采取的行动

- 为巩固80后对康师傅的情感，在广告宣传和活动策划中，可以借鉴类似于“小时候”“老房子”等体现“怀旧”情感的场景。
- 对于未来的主力消费群体，90后和00后，推广内容中体现不同的场景。

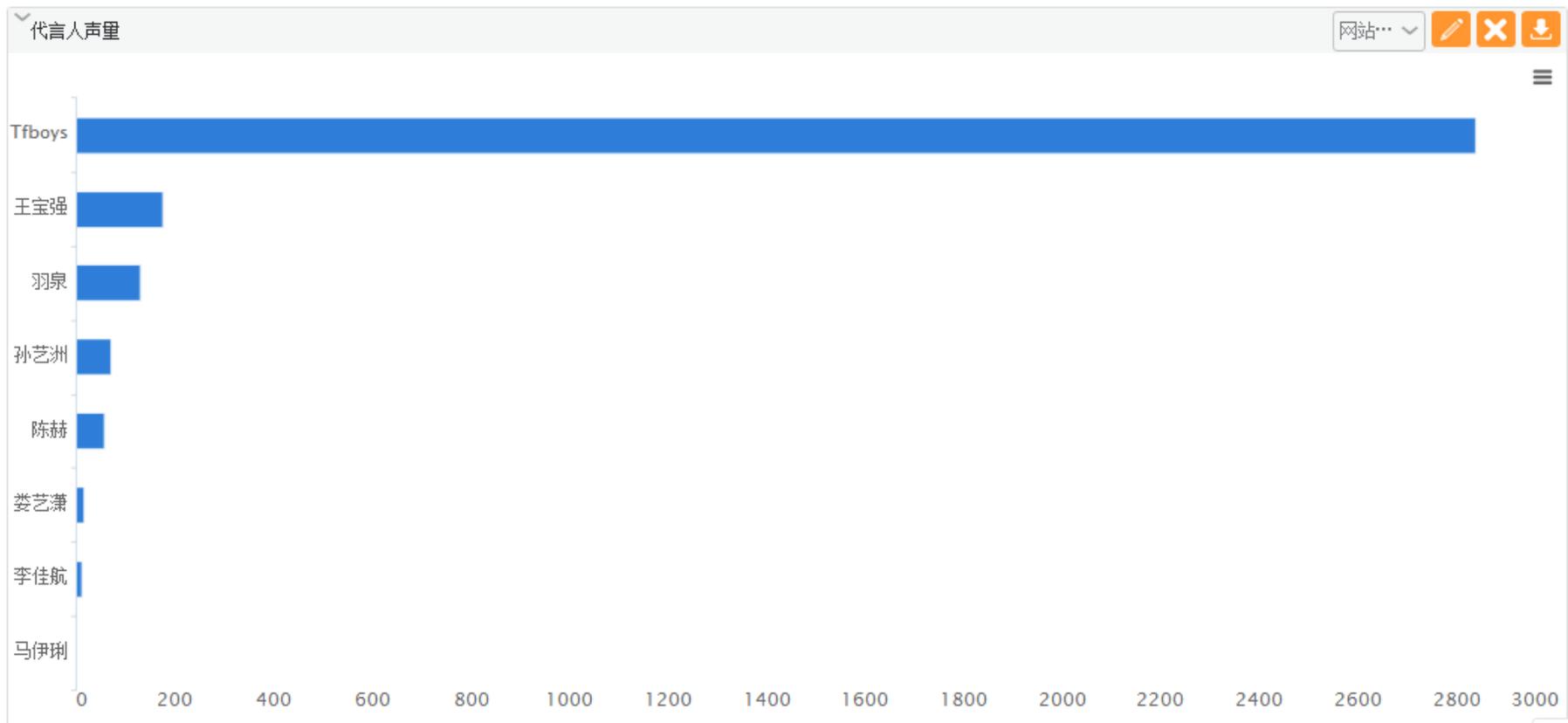


康师傅的新口味。泡面再垃圾啊，这辈子也是放不下了，**小时候太多的回忆都是泡面陪着**，家人工作忙只能自己搞着吃饭，后来学会做饭也是泡面吃腻了才自己捣鼓。另外红烧牛肉是我心中永恒的经典。——weibo.com

两顿饭全吐了，只能晚上加餐了，话说闹说他**小时候感冒只要吃碗康师傅泡面第二天保准好**，但愿明天我就生龙活虎了。——weibo.com



示例四：代言人效果评估



— 洞察

- 康师傅方便面的主要购买人群是70后和80后，消费者对品牌的情感也体现为“怀旧”。为赢得新生代消费者的关注，康师傅2015年9月起邀请TFBOYS与羽泉共同代言康师傅红烧牛肉面，由于90后、00后是TFBOYS核心的粉丝来源，所以通过代言人有吸引了更多的年轻消费人群。

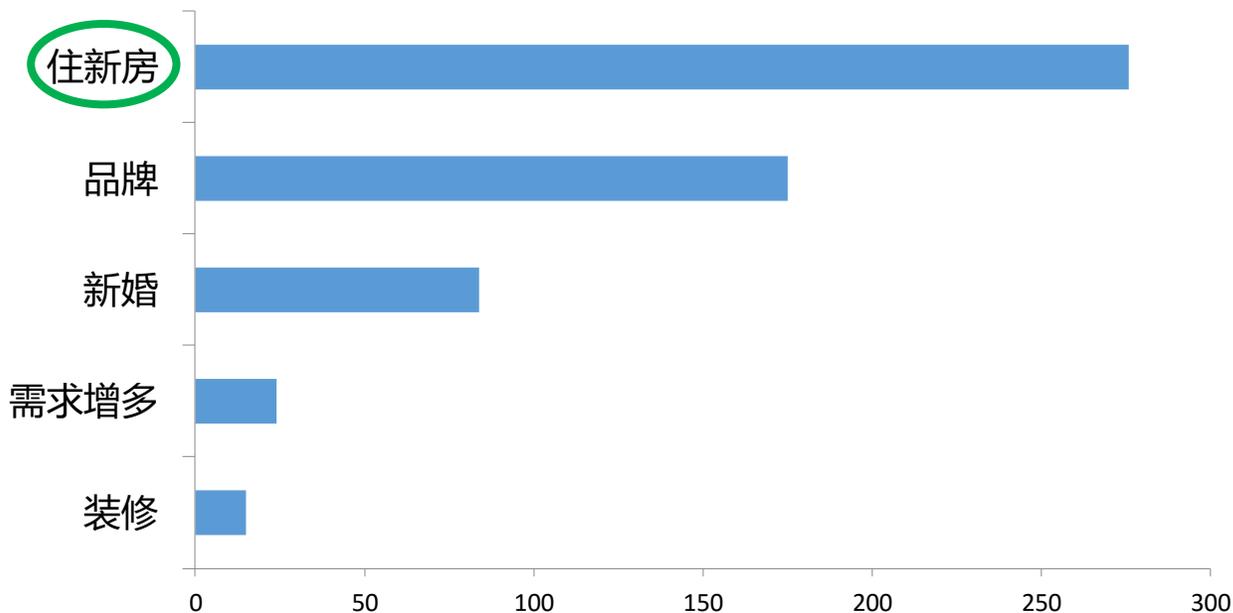
示例五：海尔冰箱购买因素

洞察

- 大量网民在谈论“住新房”和“新婚”时，会同时谈论到购买冰箱或更换冰箱。

可采取的行动

- 设计新婚主题系列产品，比如DIY设计，将照片印在冰箱上。
- 推广活动和广告中选用新婚或买新房作为场景
- 和婚博会、家装网站进行联合营销
- 促销套装，如买冰箱赠空调优惠券



叔叔阿姨来长春帮我们擦灰灰，明天就可以搬家家**住新房**啦哈哈。**明儿买冰箱**，搬床床。现在自己上网给妈妈订束康乃馨，可惜我的卡里米有钱啊米有钱。 ——weibo.com



买床买沙发买电视机**买冰箱**买洗衣机！！**住新房**还真费钱！！ ——weibo.com



示例六：消费者洞察——揽胜极光版关注用户地域分布

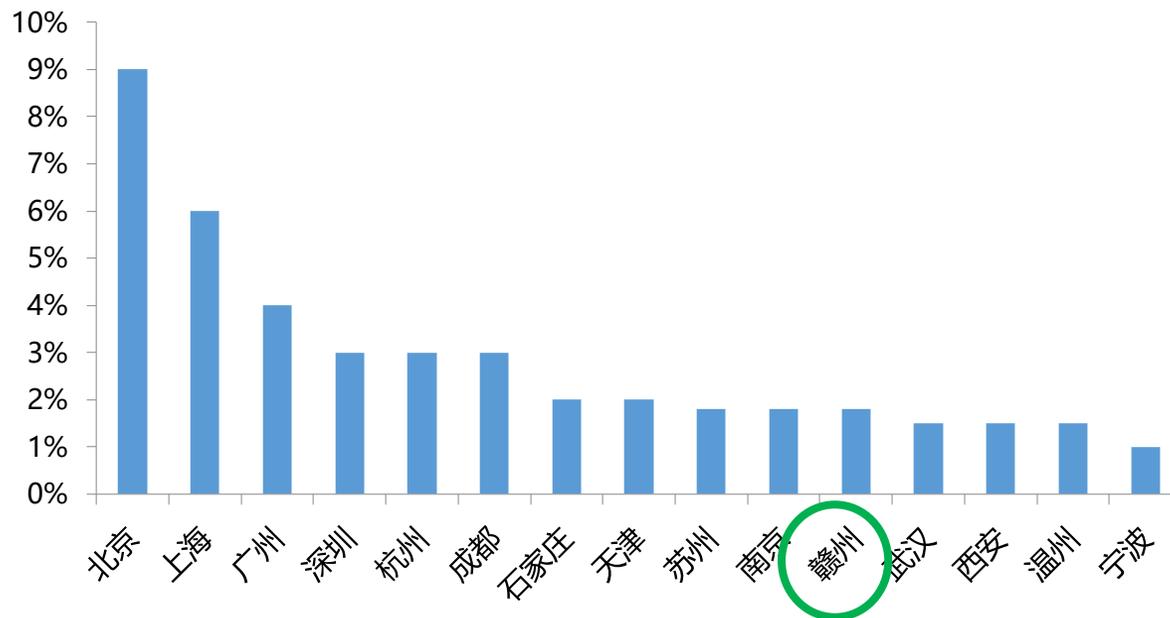
洞察

- 数据来源：汽车之家
- 在揽胜极光车主用户Top15城市中，**赣州**作为三线城市，在一众一线城市中脱颖而出
- 赣州尽管是三线城市，但是拥有稀土资源，当地人具有一定的经济实力

可采取的行动

- 在赣州地区，投入更多营销力量，包括设立门店，加强赣州地区的广告宣传力度，加强赣州地区的服务标准，增强赣州地区消费者对路虎品牌的好感度。

揽胜极光版关注用户地域占比



示例七：洞察客户接触产品的时间和地点

洞察

- 消费者提到方便面做多的时间和地点分别是**晚饭**和**学校**
- 最大的客户群是在校住宿的大学生

可采取的行动

- 针对晚餐的习惯和特点改进产品。
- 针对学校学生的特征和偏好改进产品
- 针对学生的喜好进行广告和外包装的设计
- 在学校投入更多的推广宣传



Li蜜塔

天热了，我反而胃口大开，开始了馋馋馋，**学校**里的西红柿炒笋瓜我都觉得格外地开胃😋。晚自习回来又吃了一碗大樱桃，两包**方便面**，一包锅巴。我的天啊。

5月5日21:18 来自 荣耀畅玩4X·快科技



FengLiMan

今天回**学校**训练上完晚自习突然想吃点咸的😞 可我带的吃的都是甜的😭 而且特别特别特别想吃**煮方便面**😋 **煮方便面**😋 **煮方便面**😋 越说越想吃😂 #假期别走#



我想是我不够好M

来**学校**第一晚 吃了新乡烧饼和烤肠 然后快睡前饿了 又吃了两个麻花泡了一袋**方便面**外加一根火腿肠。。。睡太晚真的容易饿@羊咩咩家小凡子 @爱上泛西欧 @后知后觉最可悲👉👉👉

2015-10-4 23:07 来自 三星Galaxy NOTE III

竞争对手是我们的伙伴

示例一：营销活动评估——美的微博活动

洞察

- 微博转发**73243**次，评论数**29767**条
- 预估官方微博粉丝数增加**1.6W**
- 测算此次活动至少覆盖**21W**微博用户
- 预计投入成本 300元/台*80台=**2.4W**元

可采取的行动

- 借鉴业美的功营销案例——创意、KOL、媒体、粉丝.....
- 量身打造家电品牌营销方案
- 利用海量企业数字聆听平台进行营销活动监测和效果评估



赵三岁不萌萌哒：#美的家装计# 美的空气净化器，美的变频抗菌防霉空调挂机，美的8公斤变频滚筒洗衣机，美的不锈钢内胆智能电压力锅，美的智能二级能效变频圆柱柜机...@美的小美 @橘子小姐没有钱 @迷糊小姐没烦恼i @爱吃小麻花的花花 ——weibo.com



示例二：信用卡的营销活动评估

根据某银行信用卡中心的一次刷卡赢流量微博营销活动，可以计算出投入人民币1000元的成本，消耗6天时间，覆盖了7899个微博用户。

交通银行信用卡中心 5月5日 18:00 来自 微博活动

#交通银行信用卡送流量# 交通银行信用卡将最实用的礼物送给你，助你朋友圈任性晒幸福，保你刷微博、网上购物排遣小情绪~转发活动即可参与抽奖，最高2000M流量等你拿！还等什么，快转起来！更多活动请关注微博：交通银行信用卡中心。 **有奖转发，一大波流量福利来了**

有奖转发，一大波流量福利来了
已结束
参与人数：4397

收藏 | 4288 | 3611

转发到微博 | 转发到私信

请输入转发理由

送流量 2000M流量	送流量 1000M流量
一等奖 2000M流量/人 数量：5	二等奖 1000M流量/人 数量：10
送流量 500M流量	
三等奖 500M流量/人 数量：9	

这么给力的活动真的很激动，转发的时候是期待的，期待的过程是收获的时候。

5月11日 17:54

莎拉3436663630：#交通银行信用卡送流量# 把欢笑评论到你的微博，愿你每一天都绽放笑脸。。

5月11日 17:54

龙之吻-谭郎：#交通银行信用卡送流量# 分享个好玩的活动给你们，都来看看把。

5月11日 17:54

星痕831：#交通银行信用卡送流量# 把欢笑评论到你的微博，愿你每一天都绽放笑脸。。

5月11日 17:53

仿晨曦蝴蝶：#交通银行信用卡送流量# 给力啊大家都来支持吧，好想得到啊，希望有好运。

5月11日 17:53

祖90后天使的微笑：#交通银行信用卡送流量# 没有失败只有暂时没有成功。

5月11日 17:53

攀纯夜郎：#交通银行信用卡送流量# 不知道谁有这个好运气呀，幸运女神降临我家吧，我开门迎接啦

5月11日 17:53

善良的小哥988：#交通银行信用卡送流量# WOW~大家一起来转吧~好过节节高。

5月11日 17:53

宋静s1127：#交通银行信用卡送流量# 我是一个知足常乐的人，我期待着生活中的小惊喜

5月11日 17:52

牛哥4332_uzv_662：#交通银行信用卡送流量# 播种一份期待，收获一份喜悦。能够参加这么给力的活动真的很激动，转发的时候是期待的，期待的过程是幸福的，幸福的瞬间是收获的时候。

5月11日 17:56

oS蜜玖：#交通银行信用卡送流量# 瞧一瞧看一看，快来与淡定牵手，一起把好运全抢走！

5月11日 17:56

小资生活：#交通银行信用卡送流量# 支持你们哦！谢谢小编给我们带来这么好的希望微博人气越来越高 给你一些泡泡里面全是幸福。

5月11日 17:55

e嘉莉迪：#交通银行信用卡送流量# 看到大家的热情就知道这个奖品的受欢迎

5月11日 17:55

晋荷：#交通银行信用卡送流量# 我先转了，希望赶上好运气。发挥点滴宣传力！呼风唤雨起飞智，只求好运馅饼砸我头。

5月11日 17:55

#交通银行信用卡送流量# 奖品我很喜欢，感谢小编为粉丝们争取这么好的活待可以收获一份惊喜！祝小编工作顺利，微博红红火火，粉丝多多，活动圆满成功

5月11日 17:55

民：#交通银行信用卡送流量# 努力去抓住机遇，幸运就会降临！不论收获多少，有温馨而甜蜜的一天！期待好运降临！

5月11日 17:55

睿：#交通银行信用卡送流量# 转一转，相信会有好运被我转出来的！！

5月11日 17:54

#交通银行信用卡送流量# 很棒的活动，奖品我很喜欢，感谢小编为粉丝们争取

奖品价值体现

3

企业数字聆听平台

企业数字聆听平台应用逻辑

1

感知

公开数据/非公开数据

电商、微博、微信公众号、综合社区
专业社区、博客、资讯



2



加工

清洗 · 粒化 · 增值

清洗: 无效数据、僵尸账号、垃圾信息
粒化: 实体识别、话题抽取、观点抽取、情感分析、人口统计学属性
增值: 品牌、品类、行业、产品特性、顾客生命周期

3



发现

模型 · 态势 · 异动

4

交付

可视化框架/服务API

仪表盘-图表-透视明细 3层框架
HTTP、REST API



5

业务价值

品牌监测

消费者洞察

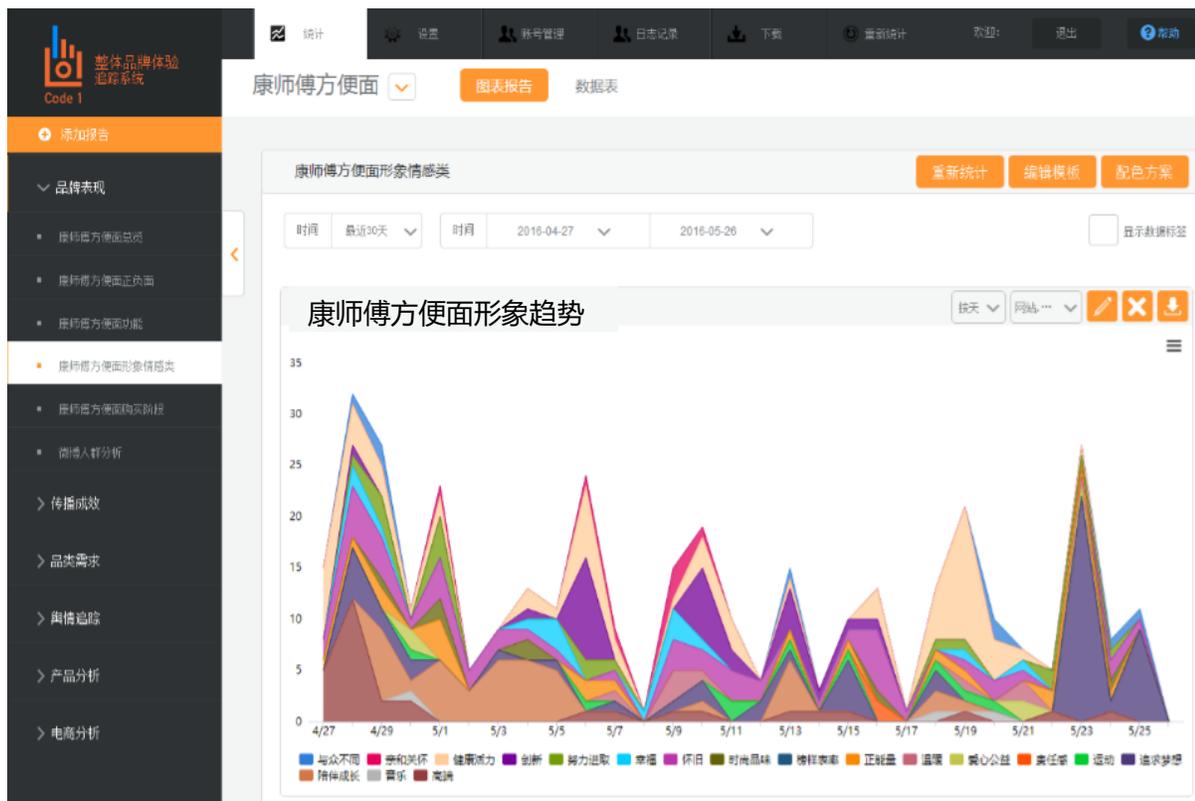
产品分析

营销活动成效

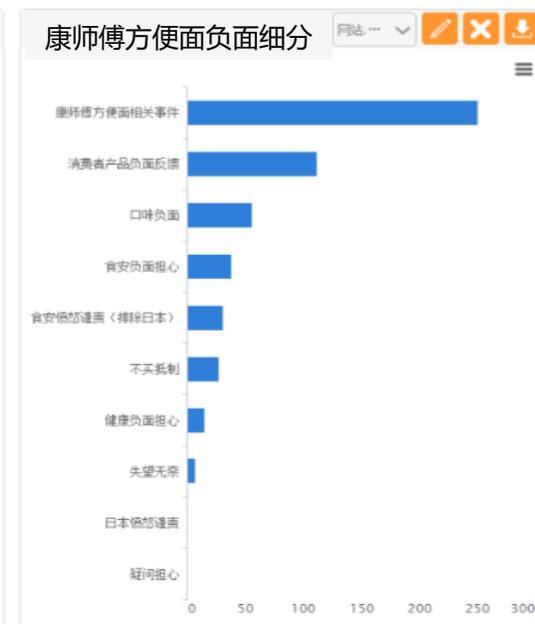
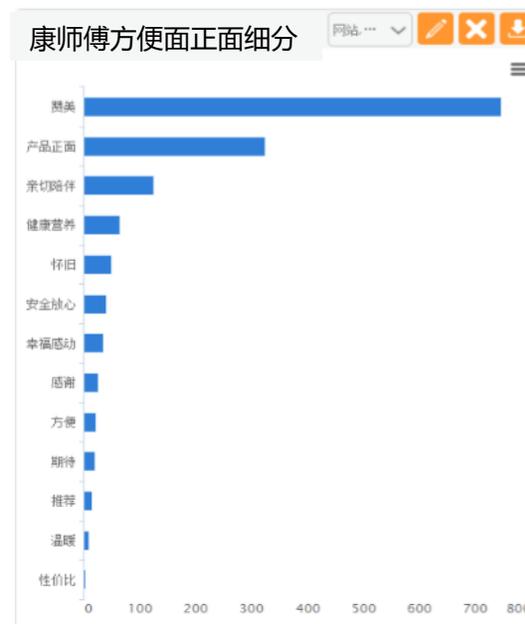
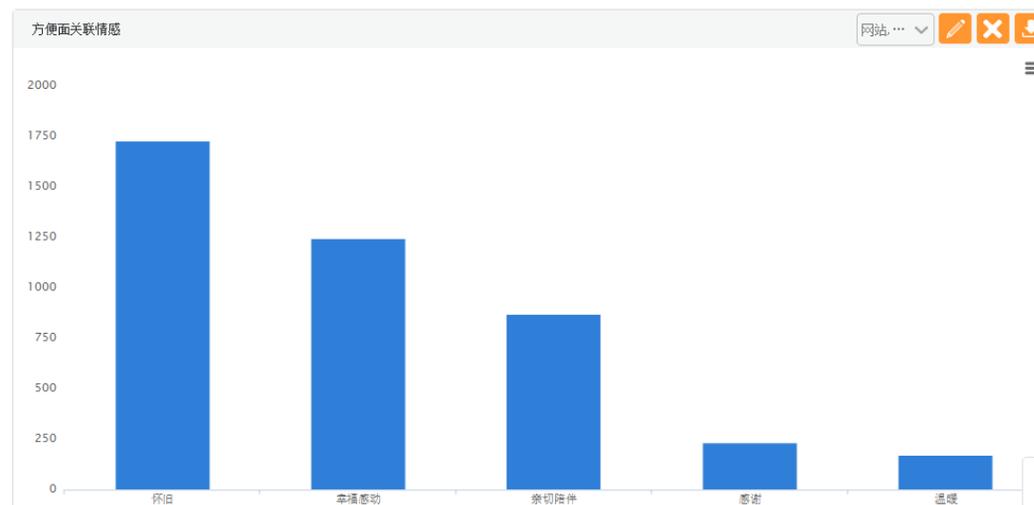
客户关怀

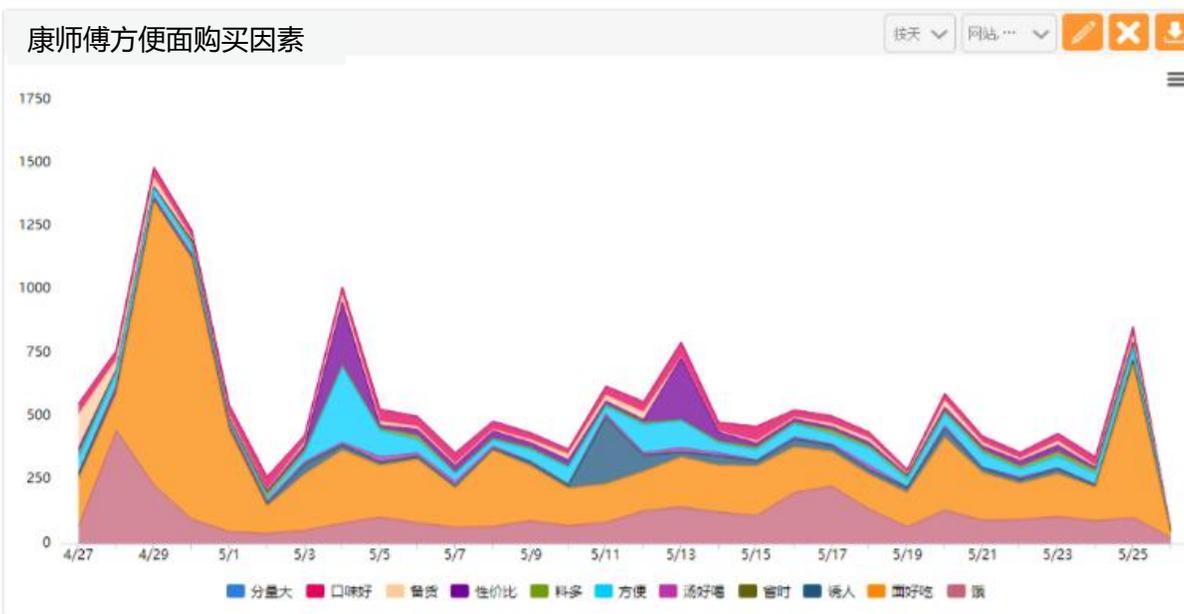
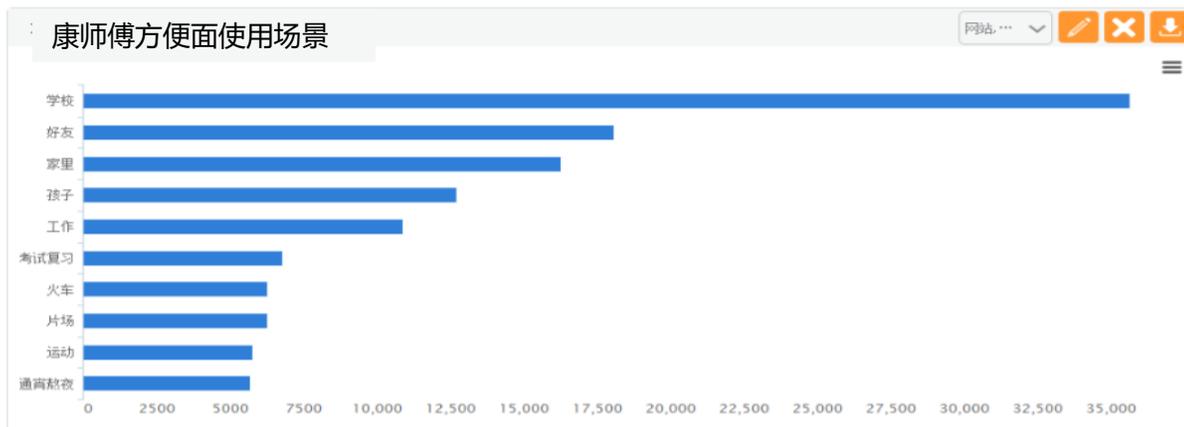
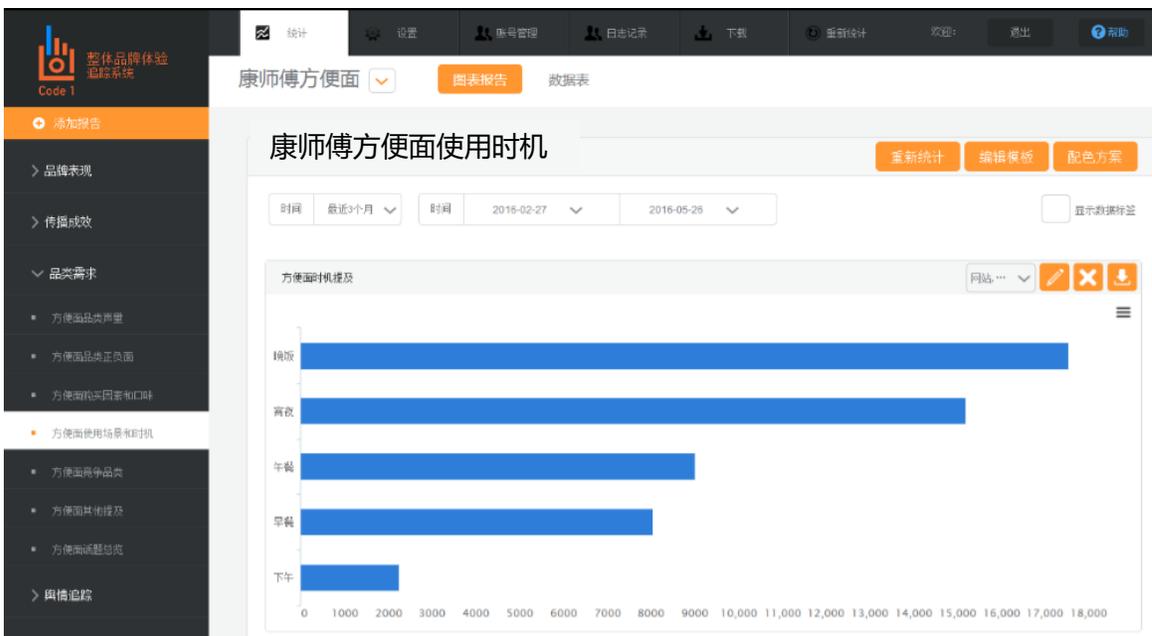
舆情追踪

.....

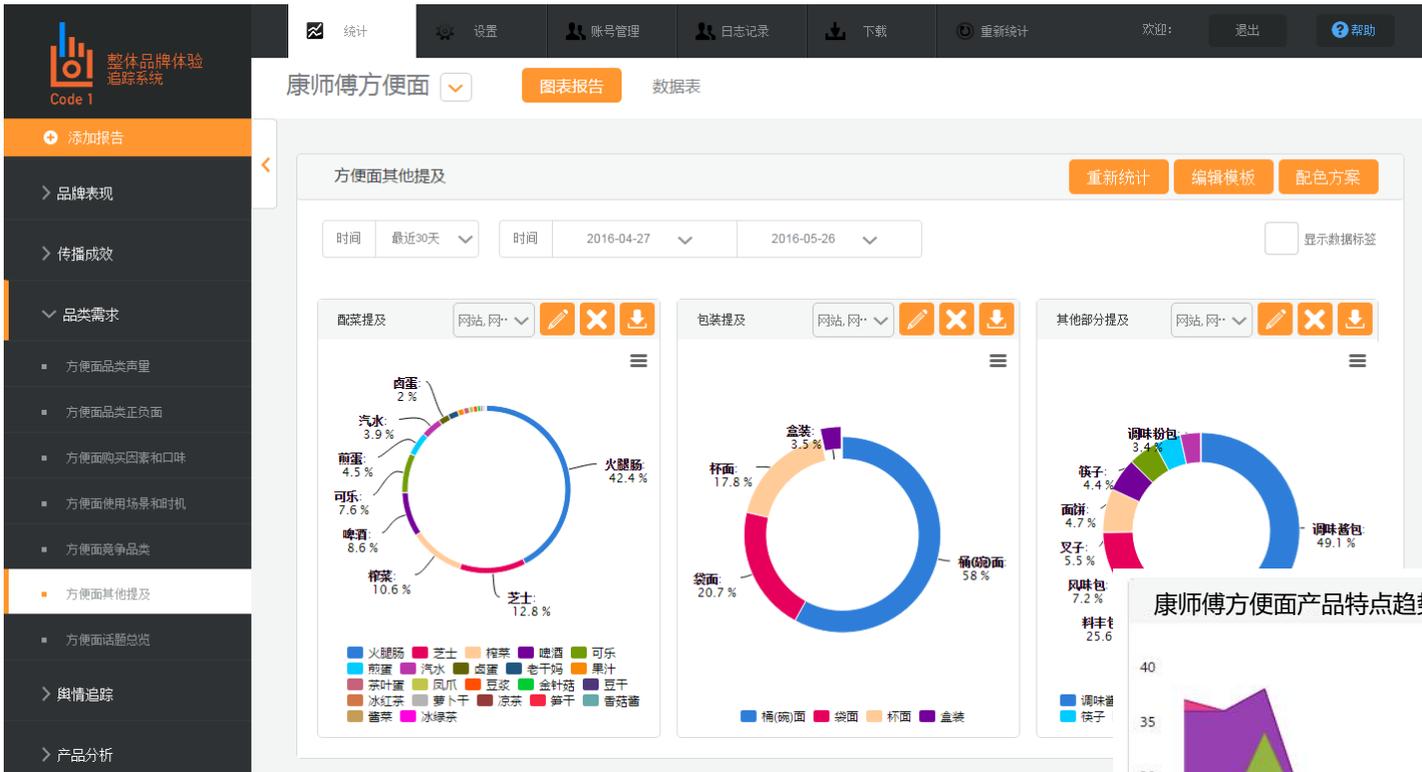


- 实时监测品牌及相关竞争对手的发展动态、及时掌握品牌变化趋势、科学评估品牌优劣差异，辅助品牌策略的制定。

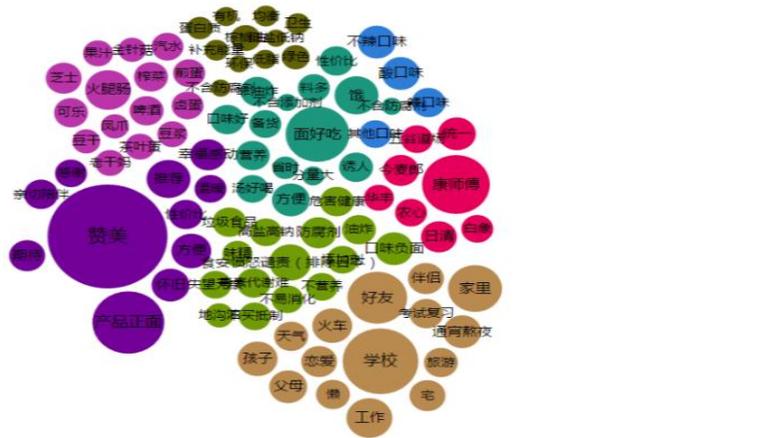




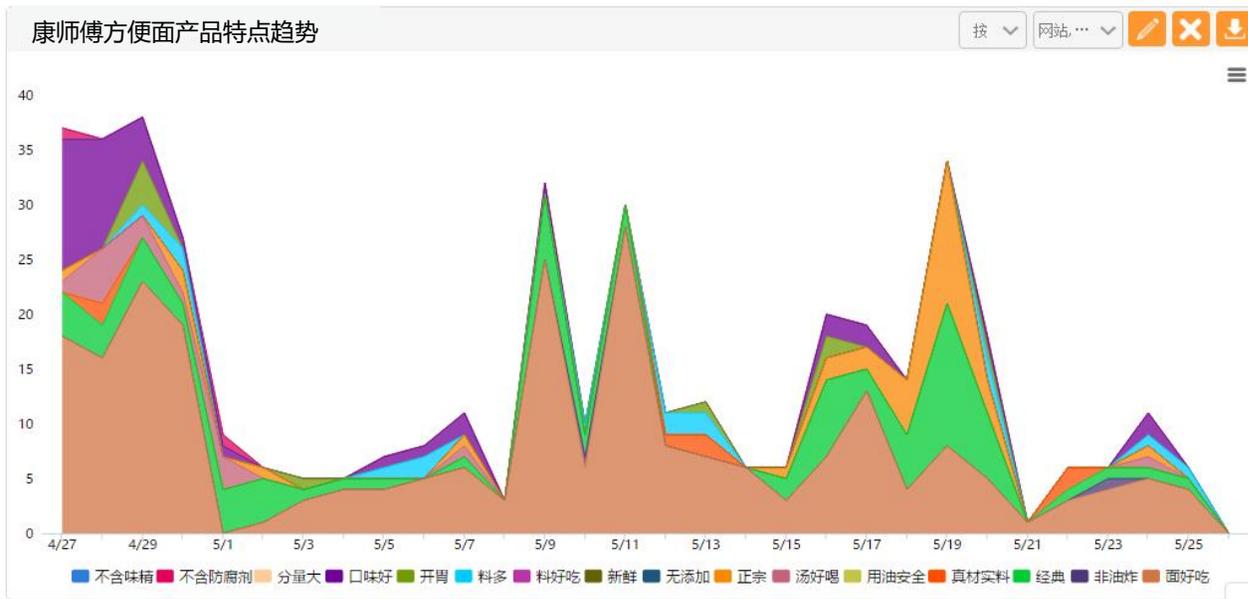
- 通过对消费者行为和态度的分析与研究，了解消费者的需求、动机、习惯和消费趋向，帮助企业进行产品创新，制定市场营销策略



方便面话题分布

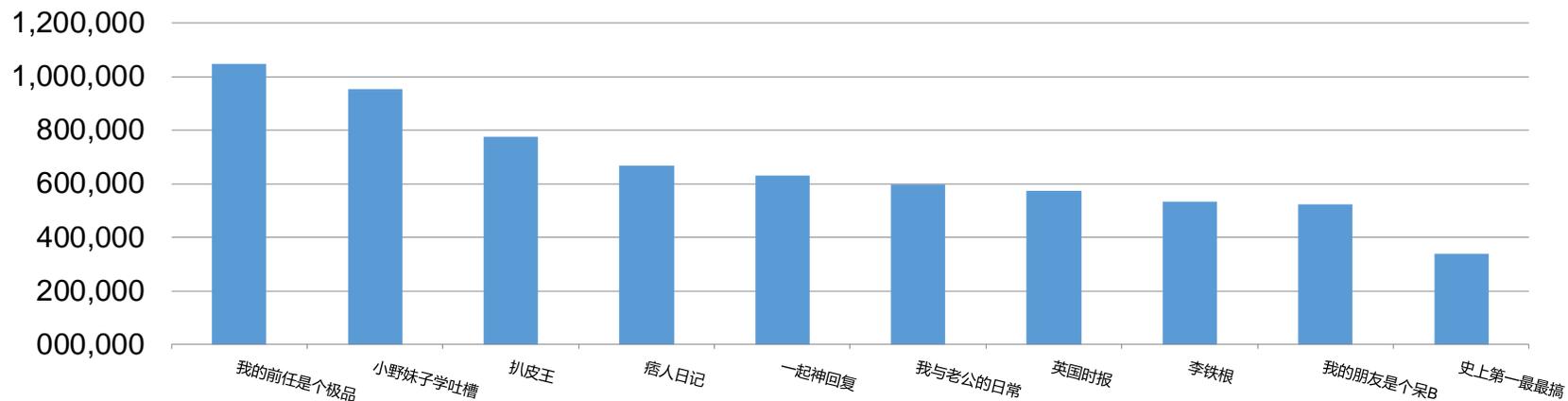


康师傅方便面产品特点趋势

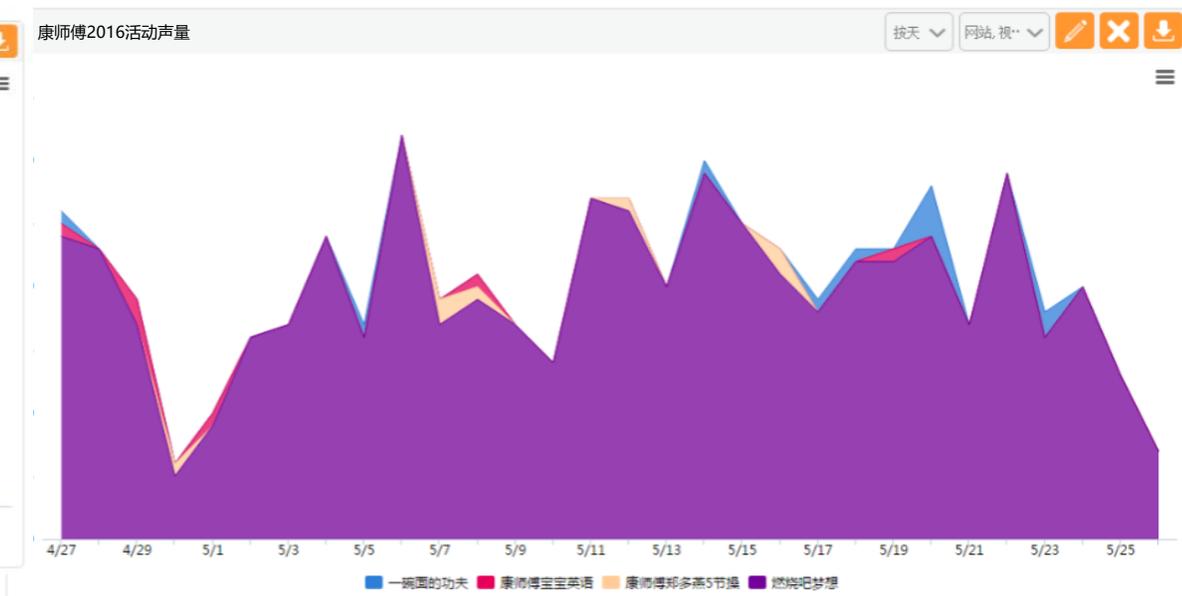
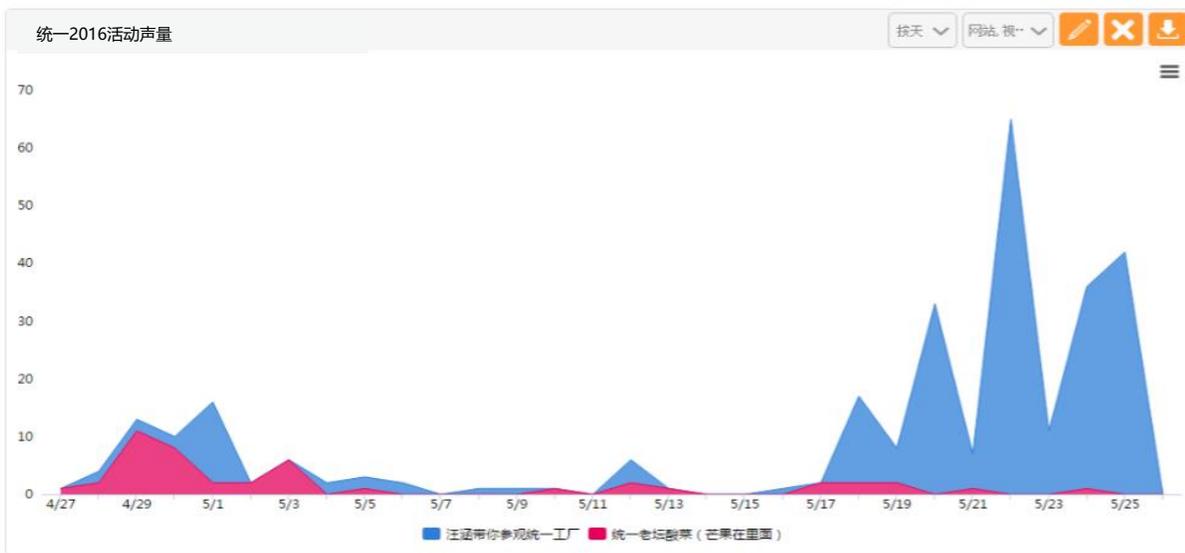


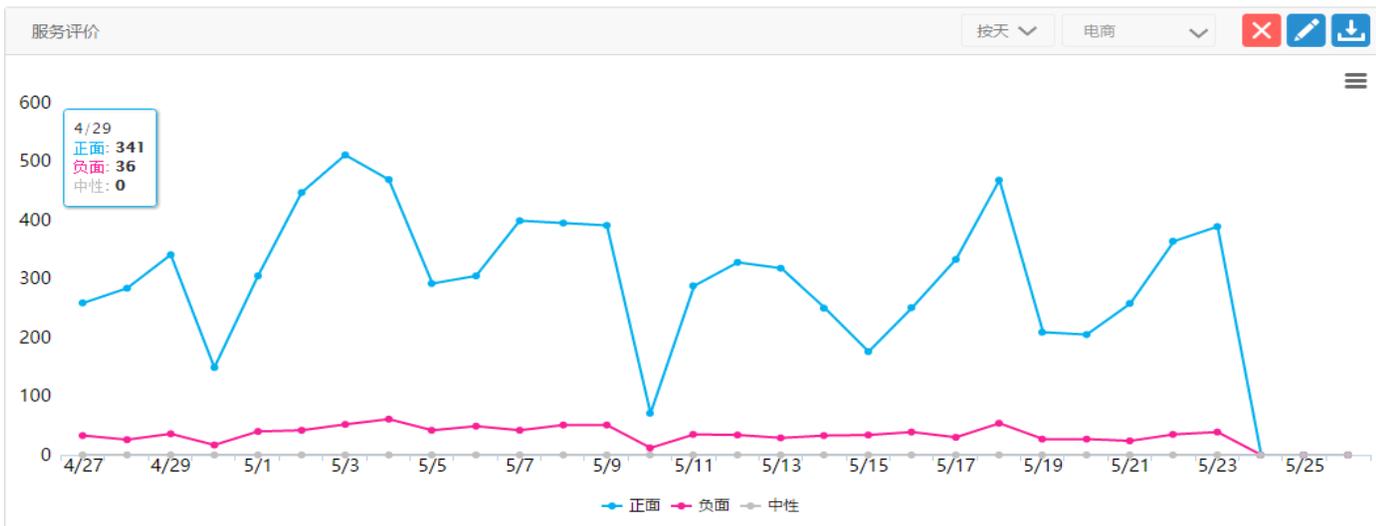
- 监测消费者对本品及竞品的反馈，挖掘消费者的满意点和抱怨点，同时分析消费者对产品定位的认知，帮助企业进行产品创新与产品优化。

KOL传播效果

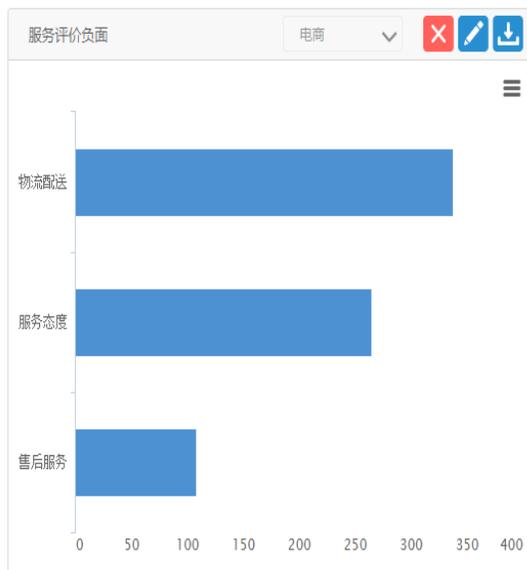
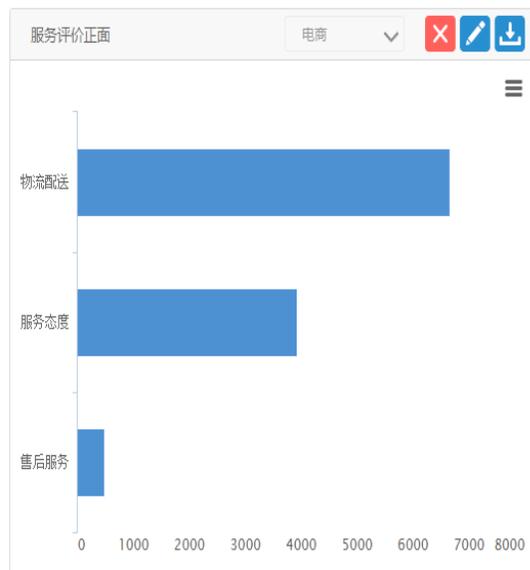


- 实现对企业的营销活动的实时效果评估，帮助企业进行营销策划，以及过程中的即时优化

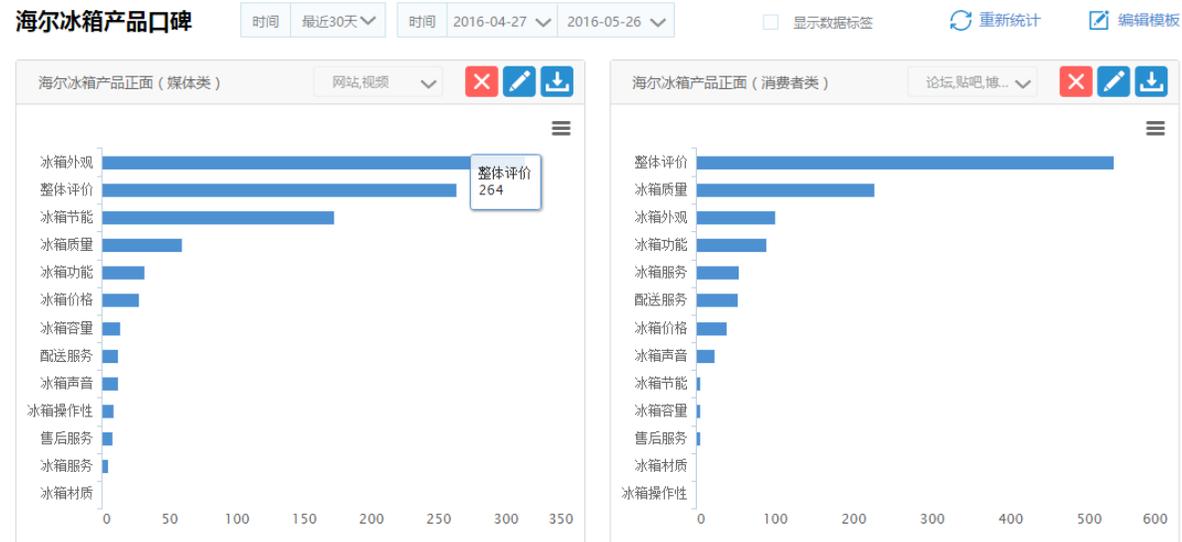


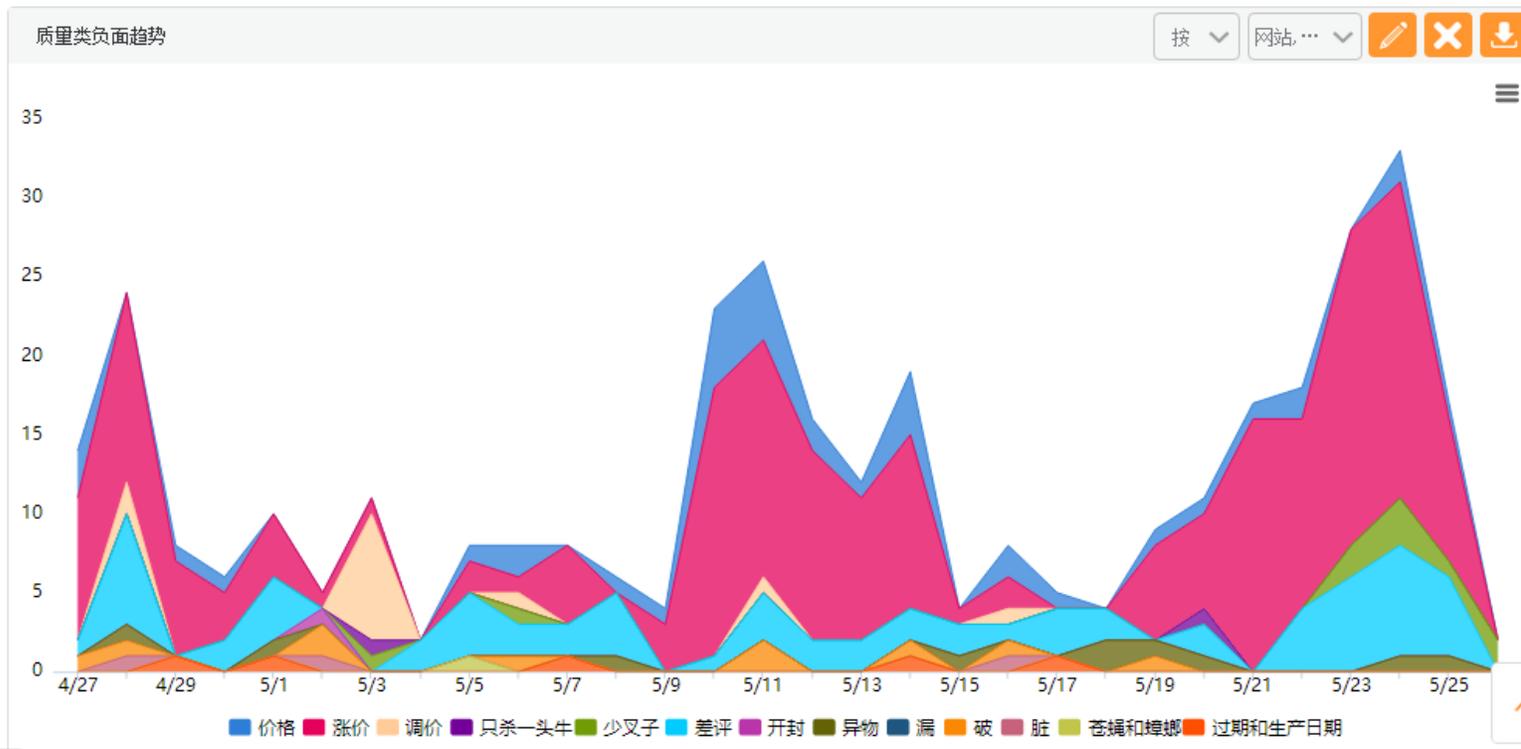


- 监测消费者对服务反馈，提供咨询、投诉类信息，即时干预，提升客户满意度。



海尔冰箱产品口碑





- 实时监测企业、高管、产品、品牌等在互联网上的负面信息，并进行预警。

康师傅负面舆情追踪

重新统计 编辑模板 配色方案

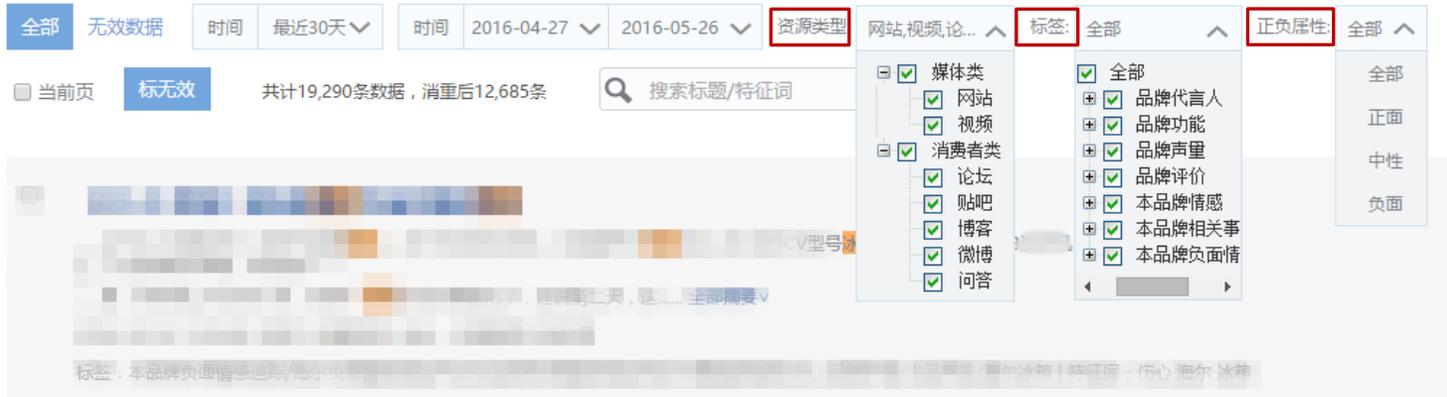
时间 最近30天 日期 2016-04-27 2016-05-26 显示数据标志

负面微信排行

序号	标题	发布时间	公众号	作者	阅读量	点赞量
1	别乱想和道，有没美味又健康的方便面！	2016-05-01 20:17:33	群群	悠悠阿	1165	13
2	政治历史成绩不理想的同学以及不会总结的同学看过来！！	2016-05-10 08:34:47	河南中考	河南中考	573	1
3	政治历史考试卷看谁卷也找不到，包读不出答案该怎么办？	2016-05-08 08:38:21	河南中考	河南中考	420	1
4	今年河南全面取消特长生，一切分数说话，提高一分，干掉千人！！	2016-05-04 08:06:26	河南中考	河南中考	367	0
5	历史考试拿着卷卷也找不到，总结不出答案该怎么办？	2016-05-06 08:26:45	河南中考	河南中考	326	0
6	2016河南中考开卷卷宝真得靠谱，错过就真的错过了	2016-05-09 08:15:53	河南中考	河南中考	116	0
7	2016河南中考实验题思想总结，历史“五整”宝典正在热销中	2016-05-04 07:21:37	ABC考王	ABC考王	79	1
8	有没有一种既不贵，又能稳拿高分的中考书？	2016-05-01 07:56:56	河南中考	河南中考	72	0
9	【大帮观点】大单品承销市场的营销玩法（4）	2016-05-02 10:51:53	酒商	酒商	42	2
10	政治历史看看你学，实操得分！对于这两个科目，同学，你打算怎么准备？	2016-05-03 08:53:56	河南中考	河南中考	22	0
11	火车开过去	2016-05-16 22:08:48	Factoposter	无	0	0
12	【大帮观点】大单品承销市场的营销玩法（4）	2016-05-02 10:51:53	酒商	无	0	0

负面微博排行

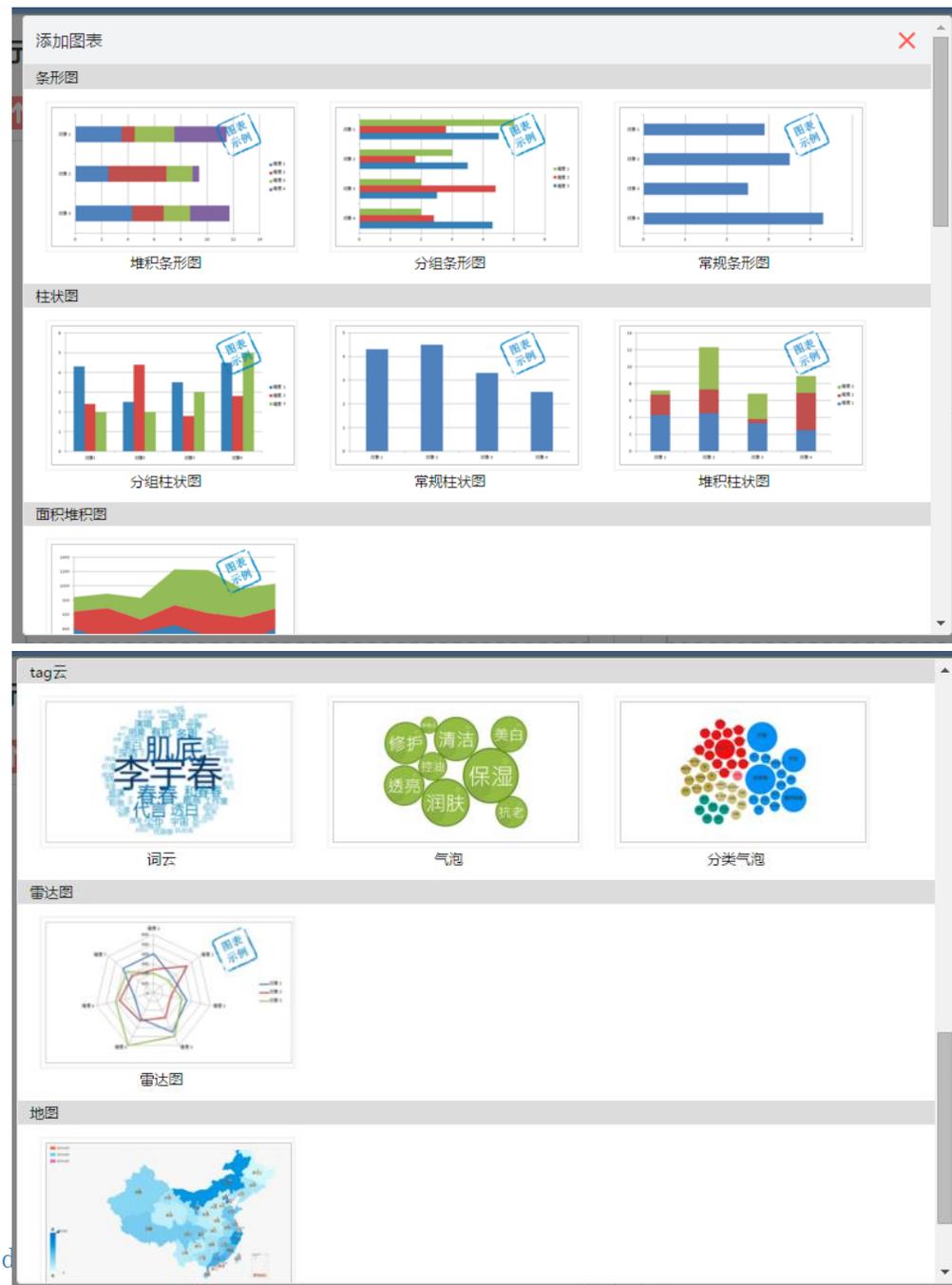
序号	标题	来源	发布时间	博主	博主粉丝量	转发量	评论量
1	#杨姐维权# 特别消息：刚刚接到苏州市吴江区市场监督管理局回函，该局接到杨姐向@江苏食药监局的实名举报康师傅方便面“水蒸气”事件转办单后，执法人员前往辖区的苏州康师傅食品有限公司现场检查，发现康师傅苏州康师傅公司使用的食品添加剂氮气罐提供单位为上海五洲气体有限公司，“标签标注清晰且符合规定”...展开全文。	新浪微博	2016-05-13 11:20:00	江南浪子杨姐	0	34	2
2	康师傅有毒，吃了脸会变大	新浪微博	2016-05-21 19:28:00	群群福人	0	0	0
3	冯媒媒，我以后绝对不会吃康师傅的方便面了 这个活动好玩吗@马翰墨Feng	新浪微博	2016-05-20 20:49:00	去小陌的	0	0	0
4	有人说我们塑产品效果是骗人的，这广告那么好吃了也没见你停不下来呀？康师傅广告那么好看你也不会看头发掉下来吧？套套测测幸福真能测几层？康师傅方便面的牛肉也是仅供参考吧？我们真人自用推荐真人反馈真实效果你都不信？反而相信拿高价钱拍的虚无缥缈的明星广告...呵呵哒！	新浪微博	2016-05-24 13:28:00	V煜总代徐敏	0	0	0
5	以后再也不要吃康师傅方便面，希望YoYosys代言的面一包都卖不出去	新浪微博	2016-05-21 20:28:00	Niununi	0	0	0
6	台湾康师傅方便面含有日本禁用农药「多菌灵」，多 专家指出，（多菌灵）跟其他农药一样，对脑部影响最大，可引起脑部麻痹，请转发到你的另外群。康师傅早就成了日本控股企业，日本鬼子太坏了，就是恶性毒杀中国人啊！想让中国人断子绝孙啊！太坏了！良心就转发吧！	新浪微博	2016-05-25 07:49:00	北斗_65006	0	0	0
7	康师傅方便面居然不卖个盆子什么的给日本人当头盖？	新浪微博	2016-05-17 22:05:00	正道明道_Mingtao_La	0	0	0
8	据央视焦点访谈，转 台，康师傅方便面，含日本禁用农药「多菌灵」，致脑麻痹、肝脓肿，并诱发淋巴瘤，并食环毒解此毒（多菌灵）对脑，可致麻痹，并致癌 转，不喝此饮料。康师傅成日本控股企业，毒杀中国人	新浪微博	2016-05-24 12:52:00	赵海峰	0	0	0
9	买了一碗叉叉子喂喂康师傅黑白胡饭方便面	新浪微博	2016-05-25 11:41:00	嘘你看你看你不死	0	0	0



- 从各类图标钻取实时数据
- 提供资源类型、标签及正负属性三类筛选功能，品牌分析师可
按需查看数据。



- 用户可根据现有标引数据按需增加新的图表，系统配备TAG云图、气泡图、雷达图、地理空间图等模版，配置灵活、操作简单。



时间	2016-05-26	2016-05-26	全部角色	全部品牌	搜索账号邮箱/部门	下载	
用户名	账号邮箱	部门	角色	界面名称	界面分组	动作	时间
			全部角色 管理员 品牌分析师 客户				
				品牌分析师		切换品牌标签页	2016-05-26 11:51:36
							2016-05-26 11:51:32
							2016-05-26 11:51:32
							2016-05-26 11:51:31

共计1页，4个日志记录

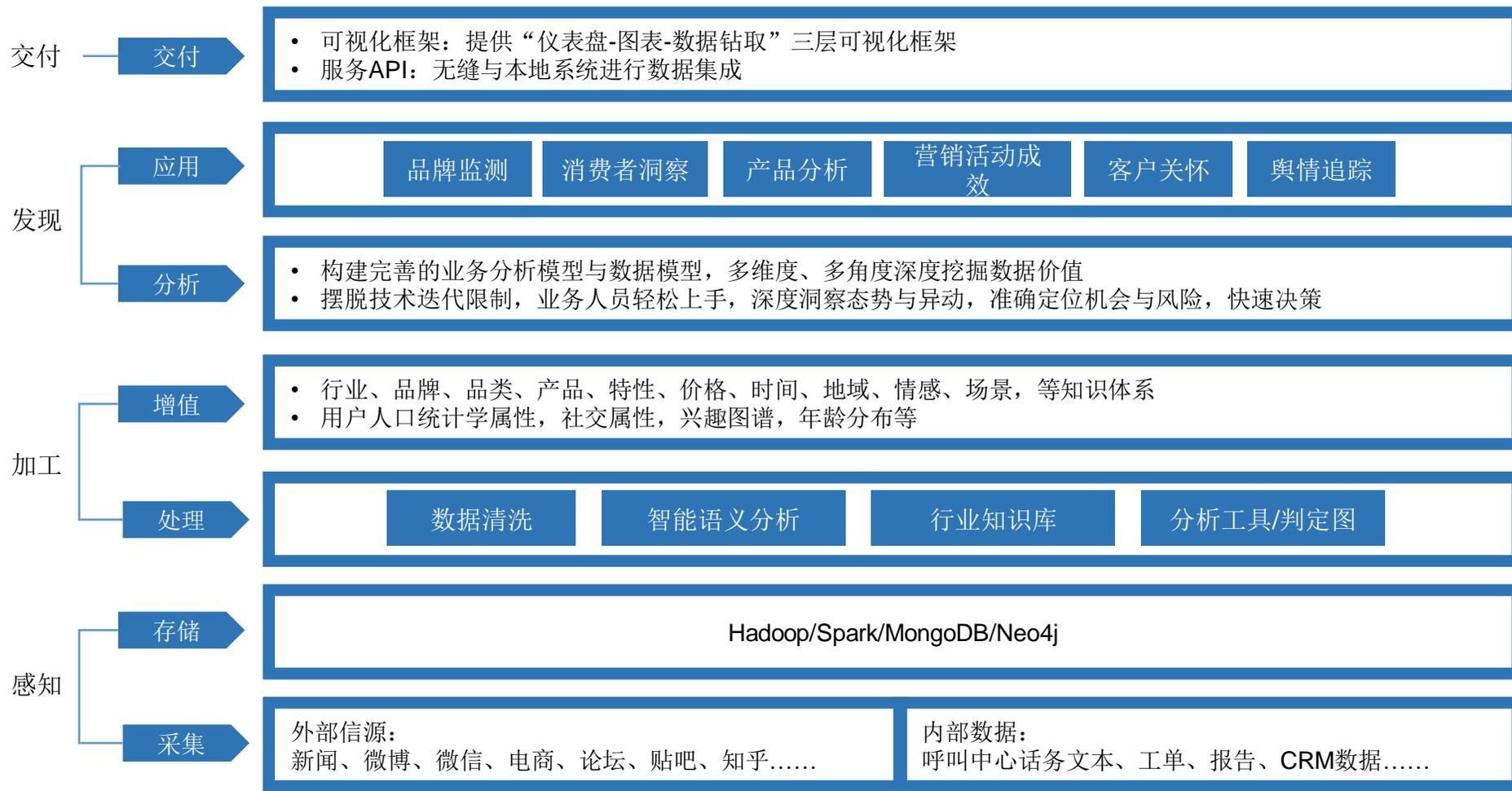
首页 | 上一页 | 1 | 下一页 | 末页

时间	2011-05-01	2016-05-26	全部品牌	搜索账号邮箱/部门	下载	
账号邮箱	品牌	部门	界面名称	界面分组	动作	时间
haier@hylanda.com	海尔冰箱	产品部	行业声誉	海尔冰箱行业分析	访问报告	2016-05-25 15:55:22
haier@hylanda.com	海尔冰箱	产品部			登录	2016-05-25 15:55:21
ksfuser@hylanda.com	康师傅		方便面品类正负面	品类需求	访问报告	2016-05-23 17:58:44
ksfuser@hylanda.com	康师傅		方便面品类声誉	品类需求	访问报告	2016-05-23 17:58:39
ksfuser@hylanda.com	康师傅		康师傅产品正负面	产品分析	访问报告	2016-05-23 17:37:07
ksfuser@hylanda.com	康师傅		康师傅产品与竞品特点	产品分析	访问报告	2016-05-23 17:37:00
ksfuser@hylanda.com	康师傅		康师傅红烧牛肉面	产品分析	访问报告	2016-05-23 17:29:22
ksfuser@hylanda.com	康师傅		康师傅爱群大餐	产品分析	访问报告	2016-05-23 17:29:19
ksfuser@hylanda.com	康师傅		康师傅红烧牛肉面	产品分析	访问报告	2016-05-23 17:29:17
ksfuser@hylanda.com	康师傅		康师傅与竞品产品正负面	产品分析	访问报告	2016-05-23 17:29:14
ksfuser@hylanda.com	康师傅		康师傅产品正负面	产品分析	访问报告	2016-05-23 17:29:11
ksfuser@hylanda.com	康师傅		康师傅产品形象关联	产品分析	访问报告	2016-05-23 17:29:09
ksfuser@hyland			康师傅产品与竞品特点	产品分析	访问报告	2016-05-23 17:29:07

- 系统设有三种权限角色：管理员、品牌分析师、客户，所具有的功能不同，管理员可按需添加客户、设置权限。

- 日志功能可通过时间筛选，查看账号的操作日志，也可通过品牌筛选要查看日志的账号，或通过搜索邮箱或部门，筛选账号查看操作日志。

企业数字聆听平台架构



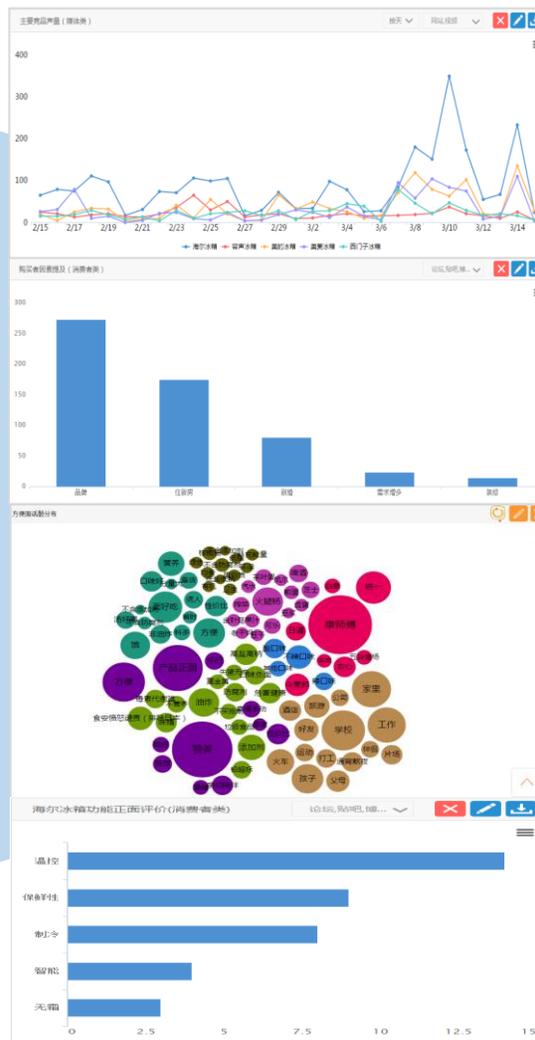
人们怎么认知我的品牌/产品？

人们的购买场景是什么？

什么因素影响购买？

营销活动的市场反响如何？

购买后的人们的品牌体验/产品体验/服务体验如何？



对比竞争对手如何？

在一个时间跨度内如何？

不同地域对比如何？

提供报警

4

核心技术优势



“今天收到了**招行**寄来的**海贼王主题信用卡**，**发卡速度**好快呀！海贼王信用卡**可爱**喔~，尤其路飞，绝对**大爱**，赶紧收起来回家珍藏着，招行还送了**礼品**，好**开森**。”

公司信息

- 主行业：金融
- 子行业：银行
- 分类：股份制商业银行
- 名称：招商银行

产品信息

- 品类：信用卡
- 产品：海贼王主题信用卡

客户关注

- 关注方向：服务
- 关注点：发卡速度、促销
- 评价：快、有礼品

客户情绪

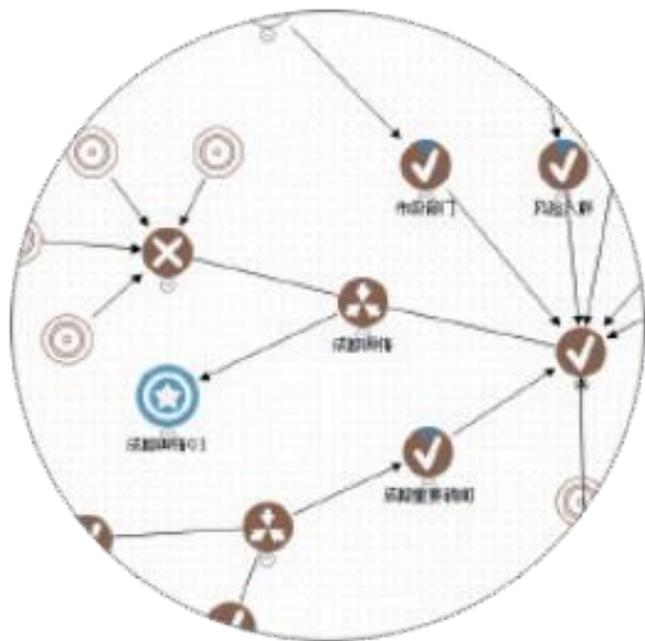
- 舆情：正面
- 客户情绪：喜悦
- 品牌情感：热爱

服务器数量	6000+台服务器集群，海内外六个城市
日均数据处理量	1.3亿条以上
累积数据量	千亿条记录/PB级数据
信源数量	245+万信源，新闻媒体、社交媒体、政府、视频、电商网站等
知识库数量	100+万个知识节点，涉及20+行业
数据处理准确率	综合准确率95%以上
专业运营团队	配备专门的平台运营团队和知识运营团队



智能语义分析

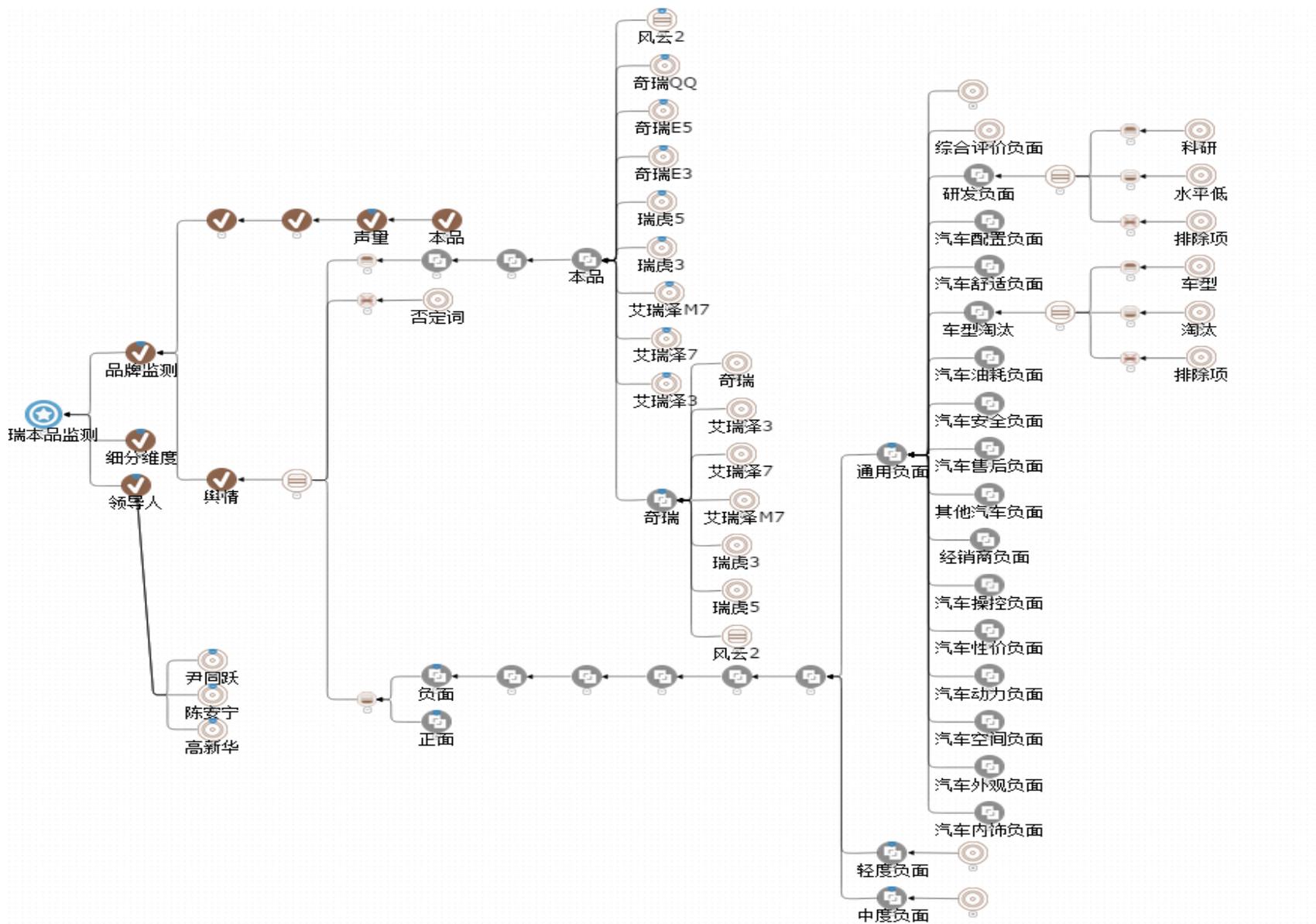
- 中文智能分词
- 命名实体识别
- 标引
- 检索
- 信息抽取
- 机器学习



独创的专业分析工具——判定图

- 运用人机交互方式描述数据挖掘需求
- 自定义知识节点入口，知识可共享、可复用
- 通过简单的图标组合构建精准的数据判定逻辑

判定图示例





公有知识库+私有知识库

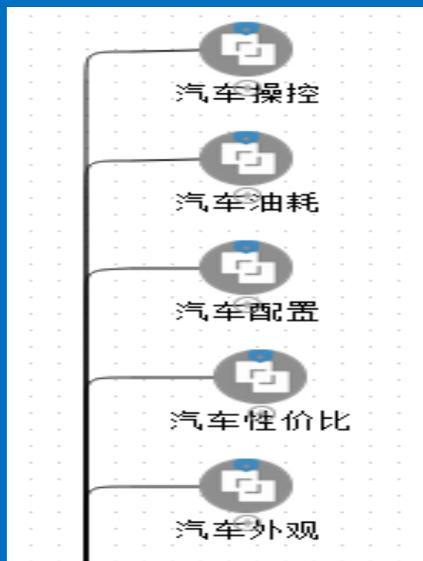
- 持续运营的公有（通用）知识库和私有（专业）知识库
- 采取机器学习与行业专家、数据分析师经验相结合的运营方式
- 知识自动发现引擎（KADE, Knowledge Automatic Discover Engine）

通用领域知识库



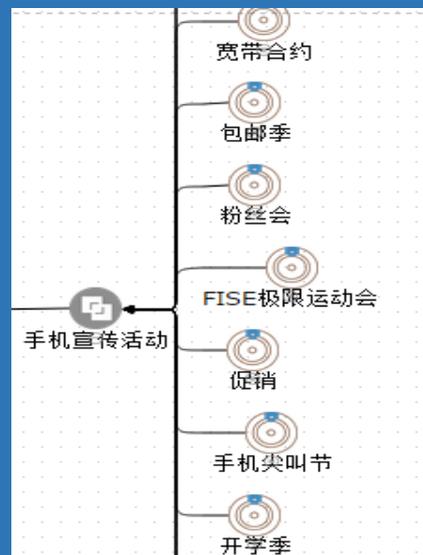
词性、文法、组织、情感、地理位置等一般性知识节点

行业专业知识库



各细分领域专有名词、事件分类定义等知识节点

个性化知识库



专题事件特征信息、属性信息、专业术语等知识节点

知识体系是由用户和海量双方的业务专家依照行业标准共同建设和并持续维护。

示例：“负面情绪/失望”的知识体系

特征词

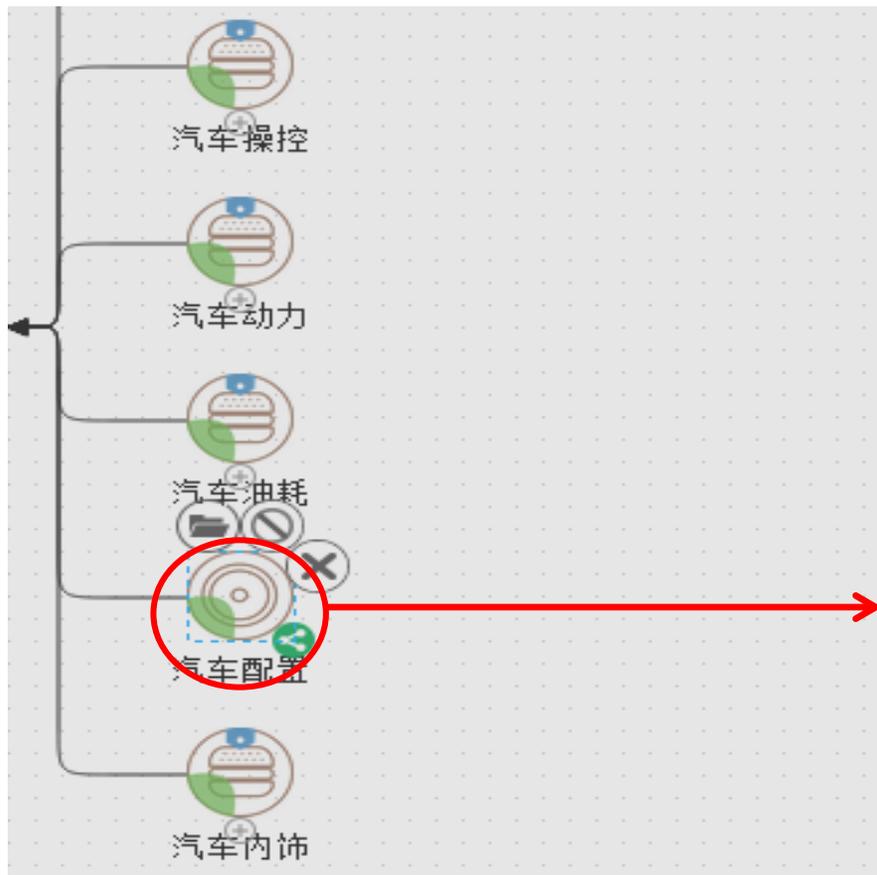
1.特征词用逗号隔开，全角半角均可。搜索(F3、Ctrl+F)
2.最多支持1,000个特征词，超出自动截取。

可输入:943个词 批量删除 复制

不满 × 失望 × 绝望 × 青天何在 × 不会再爱了 ×
十动然拒 × 无爱 × 不爱 × 累觉不爱 × 让人心寒 ×
失落 × 垂头丧气 × 心情低落 × 无力吐槽 × 倒霉 ×
不欢而散 × 空欢喜 × 苦逼 × 心灰意冷 × 哭笑不得 ×
太糗了 × 糗大了 × 情何以堪 × 恨铁不成钢 × 颓丧 ×
打退堂鼓 × 泄气 × 灭自己威风 × 崩溃 × 崩了个溃 ×
心寒 × 憋屈 × 郁闷 × 糟心 × 大失所望 × 扫兴 ×
伤心 × 委屈 × 沮丧 × 抓狂 × 懊恼 × 无可奈何 ×
落寞 × 失意 × 遗憾 × 苦闷 × 彷徨 × 无奈 × 惆怅 ×
无法排遣 × 弱爆了 × 抗爹 × 悲观 × 怅然 × 寒心 ×
失落感 × 无望 ×

确定 取消

示例：“汽车配置”知识



特征词

1.特征词用逗号隔开，全角半角均可。搜索(F3、Ctrl+F)

2.最多支持1,000个特征词，超出自动截取。

可输入:939个词

批量删除 复制

转速 气缸 辅助灯 双涡轮增压 备胎 脚刹 直喷

启动系统 供油方式 涡轮增压 后视镜 胎压 后驱

自动泊车入位 发动机电子防盗 倒车影像 车门 安全带 扭矩

真皮座椅 前雾灯 进气形式 转向灯 档自动 底盘

油箱容积 悬架 多点电喷 氙气大灯 雨刷 发动机 缸径

手自一体 电动车窗 三厢 方向盘 车载 儿童座椅 配气机构

天窗 前驱 仿皮座椅 马力 遥控钥匙 制动 盘式

安全气囊 冲程 档手动 座位 两厢 车身结构 手刹 离合

自然吸气 行李厢容积 GPS导航 定速巡航 LED大灯 排量

变速箱

5

公司介绍



基于大数据的情报服务平台

- 1999年成立，16年专注于中文智能计算和互联网数据挖掘
- 北京、天津双总部运营模式
- 员工300余人
- 云服务模式
- 拥有13项专利，30多项软件著作权，多次承担国家重点科技攻关项目

专利名称	受理号/专利号	专利类型
《基于知识网络的文本标引系统及其方法》	20101016852	发明专利
《一种知识网络的半自动生成方法》	201010212264.5	发明专利
《一种事件陈述句素材库的生成方法》	201010225038.0	发明专利
《一种直接引语素材库的生成方法》	ZL2010 1 0212267.9	发明专利
《面向互联网不良信息过滤系统及其方法》	201010200588.7	发明专利
《手机网络资讯导航系统及其实现方法》	201110035094.2	发明专利
《基于视觉的Web页面萃取方法》	201110171536.6	发明专利
《一种上下文Web页面合并方法》	201110171125.7	发明专利
《一种信息检索的方法和系统》	PCT/CN2013/077118	发明专利
《一种扩展检索词的方法和系统》	201310231653.6	发明专利
《一种变形词证认系统及证认方法》	201210537803.1	发明专利
《一种网络贴文标引系统及标引方法》	201210540674.1	发明专利
《知识网络节点间属性生成系统及生成方法》	201210518554.1	发明专利
《检索结果重排序系统及其方法》	201210526364.4	发明专利
《基于知识网络的搜索结果聚焦系统及聚焦方法》	201210518553.7	发明专利
《一种检索请求语义扩展方法》	201210518552.2	发明专利

政府	<ul style="list-style-type: none">- 旅游智慧云- 商务智慧云	<ul style="list-style-type: none">- 政府应急- 海量舆情
金融	<ul style="list-style-type: none">- 金融企业数字聆听- 大数据风控	<ul style="list-style-type: none">- 语义分析私有云
企业互联网+转型	<ul style="list-style-type: none">- 企业数字聆听- 海尔案例	
娱乐	<ul style="list-style-type: none">- 综艺节目分析- 影视节目分析	<ul style="list-style-type: none">- 活动监测- 明星代言
传媒	<ul style="list-style-type: none">- 大数据新闻- 互联网热点发现	<ul style="list-style-type: none">- 落地统计- 媒体影响力评估

政府

天津市网信办
成都市网管办



中共中央党校



四川新闻网
NEWSSC.ORG
主流媒体 四川门户

金融



中国平安
PING AN
保险 银行 投资



北京信托



百瑞信托
BRTC

SINOTRUST
新华信

传媒



鳳凰網
ifeng.com

企业

Haier

FOTILE 方太
中国高端厨电专家与领导者

isobar 安索帕

dentsu AEGIS
network

WPP
groupm 群邑

企业



中国石油



Microsoft

万达集团
WANDA GROUP

除了上帝，任何人都必须用数据来说话。

In God we trust, all others must bring data.

—— 威廉·爱德华兹·戴明

William Edwards Deming



微信扫一扫关注海量

期待您的关注！



感谢您的聆听！