

# 柳州公司有智能营销云平台服务至上

生成日期: 2025-10-29

目前, 智能营销主要有两大途径, 一是技术输出型, 提供方主要为云服务商和人工智能公司, 其中云服务商通过集成人工智能公司的算法能力, 向用户输出基于云平台的标准化服务, 而人工智能公司交付给用户的解决办法多为定制类项目, 解决用户个性化需求, 这也是其主要的收入来源; 二是经验输出型, 由成熟的品牌销售商提供解决办法, 试图将品牌自身多年运营经验和新技术融合, 向中小微商家输出, 优化其运营模式。两种途径出发点不同, 但都是将算法与行业经验融合, 向产出可执行方案的方向发展, 在实际场景中不断试错是达到该目标的主要方法。因此, 真实有效的数据被认为是智能营销得以开展的基础。智能营销分成三个层次, 底层是一个多维的数据, 包括传统数据、另类数据及其的应用, 传统数据加上新科技的辅助, 能做到一个更周全和更前瞻性的数据跟踪; 底层之上是在数据的支持下, 基本面逻辑和知识的突破, 包括人对事物认知的深度、价值观和标准, 决定了基本面框架是否完善和具有前瞻性; 然后, 将底层和上层结合起来, 再辅以机器学习, 让机器学习辅助人的决策, 做到决策的有效性和纪律性, 防止人的喜怒哀乐影响投资决策等。营销云平台需要人的经验+机器的技术的双轮驱动, 这一点珍岛也可圈可点。柳州公司有智能营销云平台服务至上

“智能营销云平台的理念将过去‘人力驱动’升级为‘技术驱动’。”过去在数字营销中, 无论选择哪一种营销方式, 企业都得寻找不同的供应商, 然后通过逐一洽谈商定推广方案、策略创意、进行优化等等, 这些“人力”环节费时又费力。而IMC的诞生旨在通过技术“砍去”这些中间环节, 使其智能化、自动化。通过IMC企业能拥有一个自己的“智能工作桌面”, “像操作windows一样简单”。企业营销人通过IMC管理企业的营销决策和执行过程, 同时还能便捷实现“数字资源按需所取”以及“营销决策自助”的智能化场景实操, 帮助企业用低的成本获得收益的大化。IMC可以提供按需所取的自主账号式数字营销服务模式、全网跨平台的数字媒介资源驿站管理及全网跨平台的一键式自主模块快速建站等主要功能。同时, 它还具备灵活多变的大数据商业智能模型、预测分析模型及数字营销全流程自动化管理等优势。据悉IMC不仅包含了当下流行的DSP应用, 还能为客户提供创意策略、搜索引擎营销、社会化营销、口碑营销等多种方式及组合服务。未来IMC还能嫁接更多企业数字工具和应用, 目标就是成为企业内部数字业务的综合决策入口。柳州公司有智能营销云平台服务至上智能营销云平台通过一个简单、易用的入口, 来完成企业在数字营销推进过程中的各项赋能。

为什么要说智能化营销? 一方面是以上的无线时代的变化的高度复杂性, 一方面是来自于大数据的快速增长红利机遇的必要性。智能化营销技术, 正是能将大数据的红利和潜能赋予营销者的利器。接下来讲我们对于智能营销时代的理解: 智能营销离不开大数据, 云计算和人工智能。大数据: 1. 触达网民数要大; 2. 覆盖广告展示的PV要大; 3. 覆盖的客户数要大; 4. 拥有的消费者行为数据要丰富; 云计算: 对庞大数据的积累, 分析, 挖掘, 清洗能力要强; 人工智能: 智能匹配和出价, 通过优化流量的分配, 能够大幅提升用户体验, 带来生态环境良性发展。营销三要素: 创意、触达、出价。在触达和出价能力上, 人工远远不如智能。每一个流量都是不同的, 你的出价固定不变, 是不对的。唯有智能化的营销手段才能跟上时代。当下主流的CPC、CPM、CPS等过度依赖于人, 人工买词, 人工圈定人群, 人工定佣, 很难高效触达合适的词和人群。选词是这个直接的流量匹配手段。基于大数据和智能算法营销系统, 必然远远超过人工判断, 操作简单的时候, 效果更加明显。如今, 数字营销已是标配, 今后更多的品牌和媒体将通过大数据营销, 提升转化, 实践智能决策。

数字经济时代, 企业营销环境发生了极大的变化, 一方面, 科技发展创造了日益增多的媒介形式和传

播手段，营销的手段也越来越丰富；另一方面，见缝插针的过度传播导致消费者的防御心理越来越强，营销想要达到理想效果越来越难。“我知道我的广告费有一半浪费了，但遗憾的是，我不知道是哪一半被浪费了。”广告大师约翰·沃纳梅克这句话道出了当前无数营销人的苦衷，营销人员急需智能化科技的帮助，让营销变得更有效率。珍岛集团的智能营销云平台针对当前营销人员面临的痛点，推出了“智能+营销”模式，通过人工智能、大数据等技术手段赋能营销，为企业构建一站式全链路的智能化营销平台，让企业获得更便捷、高效的新营销能力。互联网时代要让用户买单，就必须对用户有充分的了解，因此，海量用户数据变得尤为珍贵，智能营销系统拥有详尽的用户数据，互联网整个生态体系内的数据和多种场景的用户消费数据。多媒体环境中，选择哪些媒体渠道与用户互动才能使营销效果比较好一直困扰着营销人员。媒体渠道选择的好能够事半功倍，实现花小钱办大事的效果，选择的不好则可能不仅浪费企业的金钱，还会浪费市场竞争中的宝贵机遇。珍岛集团为万千中小企业提供了质量的营销服务。

一站式系统、项目运维和资源管理平台。向用户提供直观的Web运维及告警功能，支持以项目为纬度对集群的数据、计算资源进行管理。基于珍岛庞大的数据处理能力与广阔的产品覆盖，为客户提供快速、精确以及多维度的用户群画像服务。解决人群圈选、运营决策、营销推广以及用户分析等业务问题依托大数据计算平台对人群动态进行跟踪和分析，对城市警力、交通、电信等公共服务资源进行及时的优化配置。辅助商业决策制定，让企业的商业行为紧贴目标客户群。基于在搜索领域多年的技术积累，通过对公司内部微信、QQ等各大垂直业务搜索需求进行高度抽象，把搜索引擎组件化、平台化、服务化，形成的一套成熟的搜索开放能力。基于并行计算、分布式爬虫系统，结合独特的语义分析技术，一站满足NLP转码、抽取、数据抓取等需求。基于API可实现搜索、推荐、舆情、挖掘等功能。同时支持定制化语义分析方案。基于超大规模计算资源和性能靠前的并行计算平台，结合大量流行的传统算法与深度学习算法，一站式简化用户对算法的接口调用、可视化、参数调优等自动化任务管理的开放平台，珍岛云大数据解决方案是行业模范客户的选择。T云为企业用户提供了一站式、多方位、按需所取的数字营销工具、资源与服务。柳州公司有智能营销云平台服务至上

珍岛重新设定研发资源配比及技术主攻策略，于2014年业内首推“SaaS化智能营销服务云平台”，即珍岛T云。柳州公司有智能营销云平台服务至上

我们不难发现，除了SaaS需平台化外，它还需要与“数字资源的按需所取”及“营销决策自助”等特点相结合。首先，“数字资源的按需所取”就是指将数字营销媒体、推广渠道、数字营销策略、方法等资源汇集在一起，并可按需使用。其次，“营销决策自助”，即自助式的选择营销的决策或策略，帮助企业从策略的执行升级为策略的制定。由此可见，两者的结合恰好符合“智能营销”的理念，即SaaS级的智能营销云平台。同时，它也可以认为是分享经济下的产物。珍岛集团在业内率先提出“智能营销”的理念，致力于通过先进的技术和理念，使得数字营销实现自动化、智能化，推动数字营销行业的智能化变革。而智能营销需要以“分享经济”为基础，并嫁接于SaaS平台上。柳州公司有智能营销云平台服务至上