

AI加速品牌智慧出海

用户体验篇



ebrun 亿邦动力
消除一切电商知识鸿沟

×

亚马逊云科技

三大核心洞察

用户对商品的认知，远超越其表面标签，承载着对品质、信誉及独特性的期待。品牌能够触动用户情感，唤起信任，构建忠诚与信仰。在跨境出海浪潮中，行业已从以销售为导向的卖货思维转向以用户为中心的品牌思维，个性化体验已成为构建品牌心智的关键。



洞察一：从卖货思维向用户思维转变，建立品牌心智

- 精准把握用户需求：差异化产品成为竞争关键。商家需深入分析用户数据，发现用户痛点、痒点和爽点，依据客户购物旅程量身定制产品体验
- 个性化产品和服务：提供个性化的产品和服务满足用户独特需求，提升品牌势能，增强用户黏性



洞察二：构建与消费者情感纽带，激发品牌信任和忠诚

- 全方位关注消费者：从售前咨询到售后服务，提供服务支持，加深情感认同，促进口碑传播，提升复购率
- 通过营销活动构建信任：通过社交媒体建立认知引发兴趣，通过营销活动达成销售，并与消费者建立情感联系，激发他们的信任和忠诚



洞察三：借助AI技术大幅提升消费者购物体验，促进转化

- AI技术高效赋能：借助技术手段，如优化导航和个性化推荐、多语种邮件、交互与智能语音客服应用等，提升转化率和客户体验

卖货思维 VS 品牌思维

卖货思维——以销售为导向

重心放在产品本身、价格、促销和销售渠道上。关注的是如何将产品推向市场，并获得最大的销售收益。然而，这种思维方式往往忽视了消费者情感和独特需求的重要性

品牌思维——以用户为中心

重心放在消费者需求、消费者体验和消费者情感上。关注的是如何建立强大的品牌形象，与消费者建立情感联系，并创造独特的品牌体验

用户体验三大痛点

痛点一：缺乏有效的用户洞察

- 缺乏用户洞察：无法有效搜集客户对商品选购以及使用过程中的真实反馈，导致产品创新及优化受阻
- 缺乏智能化工具：如无法进行智能化VOC语义分析，数据处理效率低，难以快速响应用户需求
- 数据处理效率低：对用户的行为、偏好分析耗时耗力，无法真正洞察用户需求和市场趋势

痛点二：缺乏有效的用户沟通体系

- 文化差异与语言障碍：导致信息传递的失真或误解，从而影响用户体验
- 缺乏沟通方案：缺乏定制化客服方案，如客服自动生成回复小语种邮件等
- 用户体验不佳：无法及时了解并解决用户在选购和使用过程中遇到的问题

痛点三：缺乏有效的全天候客服服务

- 售后成本高：面向海外提供多语言多渠道的售后成本高昂，运营压力大
- 服务不连续：单一时区团队跨时区在某些时间段可能无法提供客服支持，导致客户服务出现断点，降低客户对企业的信任度

数据来源：Common Sense Advisory、BrightLocal、McKinsey & Company



72.4%

在线购物者更愿意购买使用自己母语服务的产品

71%

消费者希望品牌提供个性化服务

88%

在购买之前会查看产品评价和评论

智慧服务，体验升级



场景：智能购物助手 Rufus

亚马逊电商发布生成式 AI 驱动的电​​商搜索助手 Rufus，它基于亚马逊电商产品目录，用户评论，社区问答帖子，以及外部网站信息等数据进行训练，理解客户多样的购物需求，辅助搜索、发现、和筛选商品。在消费者还未确切知道自己想要什么商品，通过 TikTok，Google 等工具研究之前，Rufus 就试图将客户吸引到亚马逊电商网站，帮助客户发现最符合其个性化需求的商品，相比手工筛选，效率大幅提升。Rufus 在北美移动应用用户中率先试用，打响了生成式AI在电商搜索领域普及的第一枪。

搜索框里除了“Search”
更多了一个“Ask a Question”

Search or ask a question

Rufus 是用户专业的私人购物达人助理，旨在提升用户发现和寻找最匹配用户心意商品的购物体验



Rufus 智能导购助手服务优势

- 通过跟用户对话互动，帮助用户针对自身需求进行更广泛的产品研究，找到最合适的商品

比如提问“买耳机需要考虑什么？”

- 帮助客户商品比较快速做出选择

比如提问“唇彩和唇油有什么区别？”

- 帮助用户针对特定场合或目的建议相应的产品

比如提问“冬季高尔夫需要准备什么？”

- Rufus 则建议可购买产品类别

用户可点击进行更具体搜索问题

- 针对客户具体需求提供推荐

比如提问“情人节适合送什么礼物？”

- 帮用户在商品详情页提出该商品相关特定问题，避免用户浏览大量评论和阅读详情的精力消耗

比如提问“这款乒乓球拍适合初学者吗？”

Rufus 会根据商品详情、客户评论和社区问答生成答案

01

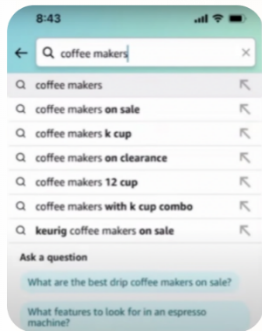
Rufus 的出现意味着亚马逊电商生态系统的一次重大变革

02

Rufus 凭借亚马逊庞大的产品目录、用户评论和用户交互数据增强用户洞察，旨在通过提供个性化的帮助、产品比较以及优化产品发现，从而彻底改变购物体验

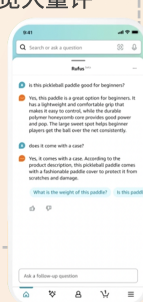
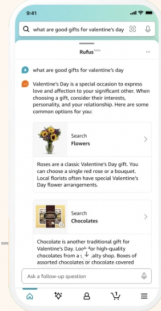
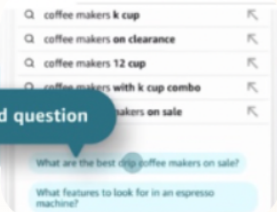
03

未来品牌不能再仅仅依靠关键词优化和SEO来确保曝光度。随着平台优化产品发现，品牌势必探索新的方法突出自身，比如独家内容、KOL的展示和宣传、独特的产品功能等



Rufus 出现的位置是移动 App 底部，如图所示，在敲入一个搜索关键词时，Rufus 会相应给出一些问题的提示，用户点击后可以进入 Rufus 的交互

Tap a suggested question



智慧服务，体验升级

 场景：AI 赋能 Amazon Connect 联络中心

Amazon Connect 是 Gartner CCaaS（联络中心 as a Service）魔力象限的领导者，为企业提供开放的联络中心系统平台，客户可根据自身业务的发展阶段，量身定制客服业务功能。由此，座席培训时间通常可缩短50%，随时开通随时使用，也大幅缩短系统部署时间。

除了各种社交媒体的接入，与现有呼叫中心，CRM系统集成，自定义报表等基本功能外，Amazon Connect 整合AI能力，推出多项智能化能力，进一步提高服务效率，降低运营成本。

AI 赋能 Amazon Connect 联络中心



全渠道自助服务

- Amazon Connect 的聊天机器人可自动识别超过 25 种语言/区域的语言，利用大语言模型（LLM）提供对话式的常见问题解答、向座席提供示例话语。沟通结束还可以提供结构化且简洁易读的对话摘要，快速捕捉重要信息，提高跟进客户或采取其他必要操作的效率。
- 基于Amazon Connect，客户可以跨语音、聊天等渠道与同一座席互动，即使更换了座席，系统仍然保存了之前的互动历史。全渠道联络中心体验不仅改进了客户体验，同时也缩短了解决问题的时间。

更快速度



AI实时座席辅助

- Amazon Q in Connect 是 Amazon Q Connect 的生成式AI增强版，可分析联络中心呼叫和消息，并使用生成式AI主动向座席提供实时解决客户问题所需的信息，从而提高其工作效率和客户满意度。
- Amazon Q in Connect 使用实时语音分析和自然语言处理（NLP）来检测客户问题，并使用生成式AI根据实时对话的背景和贵公司内容中的相关信息，制定和推荐特定的回应和操作，供座席以口头或文本方式传达消息。

更高效率



AI对话情绪分析

- Amazon Connect Contact Lens 让您更好地了解对话的情绪和趋势，并确保您的座席在帮助客户时保持合规。这将帮助主管培训座席、复制成功的客户交互，并识别关键的公司反馈。
- 客服主管可以对通话转录进行快速的全文搜索，从而快速解决客户问题。借助由机器学习（ML）提供支持的实时分析，您还可以在实时客户互动期间收到问题警报，并在对话进行时，向座席提供指导，从而提高客户满意度。

更有弹性

更低成本

智慧服务，体验升级

 场景：多语种邮件解决方案

随着跨境电商全球化布局向纵深演进，语言障碍成为众多企业在发展过程中不得不面对的难题。为应对这一挑战，多语言营销策略显得尤为重要。通过构建多语言网站、实施多语言的邮件沟通及定制化邮件营销活动，企业能够更精准地服务全球用户，赢得信任和认可。基于亚马逊云科技生成式大模型构建的智能邮件处理服务支持60多种语言，能够做到90%的客服邮件自动生成回复内容，显著提升用户体验。

多语种用户痛点



处理方式传统
时效性差



多语种服务需求旺
人工客服成本高



服务经验
难以积累沉淀



多平台
管理难度大



亚马逊云科技生成式大模型在智能邮件处理服务中的四大应用



语义识别与实时翻译

- 生成式大模型通过深度学习技术理解和生成自然语言，提供更准确的语义识别
- 利用大量多语种数据训练，实现实时、高质量的多语种翻译，满足全球客户的沟通需求



自动回复与智能沟通

- 生成式大模型通过学习大量客户服务数据，自动回复客户问题，提高响应速度
- 根据客户情绪和需求，生成式大模型能提供个性化的沟通方案，提升客户满意度



持续优化与智能升级

- 生成式大模型能够不断学习新的数据，持续优化回复质量和准确性
- 通过与其他AI技术（如情感分析、知识图谱等）结合，实现智能客服的全面升级



应用场景拓展

- 生成式大模型不仅应用于智能客服，还可拓展至智能推荐、智能营销等场景
- 为企业提供更全面、高效的客户服务解决方案，助力企业降本增效



60+
语言

90%
客服邮件
自动生成
回复内容

【美的】Amazon Connect 帮助美的国际重塑客户体验，三个月内节省 1 万欧元，成本节省 30%

美的是一家覆盖智能家居、楼宇科技、工业技术、机器人与自动化和数字化创新业务五大业务板块为一体的全球化科技集团。凭借亚马逊云科技全球丰富的基础设施覆盖，以及云原生联络中心产品 Amazon Connect 的卓越产品能力，扩展性和开放性，美的全球智能客服中心项目将在全球20多个国家采用 Amazon Connect 部署，与现有系统无缝集成，更加快速的部署，更低成本的运营，为终端客户提供更优质的服务体验。

面临挑战：为多个国家的客服中心寻求智能化解决方案

美的面向最终消费者，用户与客服交互高频，直接影响客户体验。而一次糟糕的客服交互可能会

- **失去客户**：让**90%**的用户离开品牌
- **引起客户投诉**：**67%**的不满意用户会投诉
- **带来负面社媒影响**：一位用户在社交媒体上发布的不良体验将传播到**数千人**
- **影响客户忠诚度**：为用户提供最好的服务将可能留住**95%**的客户
- **影响客户留存率**：妥善解决用户投诉，可留住**75%**的客户
- **影响获客成本**：与保持忠诚用户相比，需要花费**6倍**的资源来吸引新用户



因此，美的希望建议一个全球统一、符合行业标准且满足各国法律要求的全渠道客户联络中心，支持多样化沟通，快速解决客户问题，降低服务成本，提高客户满意度。

Amazon Connect 智能化综合解决方案全方位赋能重塑客户体验

Amazon Connect 原生具备亚马逊云科技的 AI 能力，符合美的对智能化的要求

Amazon Connect 结合亚马逊云科技数据 BI 产品

Amazon Connect 还与美的自研的 iService CRM 系统快速实现了集成

Amazon Connect 按照实际使用量付费，符合美的全球拓展的需求

详尽的前期规划和解决方案架构设计极大提升客户体验

Amazon QuickSight 为美的实现联络中心数据报表和大屏定制化，帮助美的总部迅速掌握全球各站点服务水平

服务亮点

1 快速迁移：帮助美的将意大利、香港、新加坡和马来西亚的客服中心迁移至 Amazon Connect

2 成本显著下降：意大利呼叫中心三个月内**节省1万欧元**，**成本节省30%**



1万欧元
三个月内节省

30%
成本节省



2022 年，美的正式引入 Amazon Connect 作为全球部署的云端全渠道客户联络服务系统，完成了意大利、新加坡、马来西亚、中国香港四个分公司的系统上线，实现了美的客户联络中心代际升级，以及快速部署与迁移，实现从用户触达、到服务完成的所有服务环节的闭环监控。呼叫中心云化，座席不受职场限制，大幅降低呼叫中心运营费用。其中，意大利分公司实现了 30% 的成本降低，且极大提升语音质量和降低座席离职率。

—— 美的国际全球服务部部长 赵发义 ”

了解更多 AI 赋能跨境电商方案与实践



亚马逊云科技



亿邦智库