

主持人：谢谢潘文，大家可以看到让我惊讶的是他涅槃重生的故事，大家都知道涅槃重生的故事。

接下来让我们有请 Kantar, Profiles Divisoim 客户拓展总监郭伟《投入科技与创新获得更全面的消费者》。

郭伟：大家好！听了大家这么多精彩的分享，我其实非常开心，特别是潘文总说我们要拥抱技术，采用合适的技术为整个行业可持续发展做我们力所能及的事情。

我是来自 Kantar 数据部门的郭伟，非常高兴跟大家分享我们通过人工智能的方法来深化消费研究的案例，仅给大家做汇报。

昨天和今天大家都听了很多演讲，包括统计局的领导，他们都在说如何利用大湾区现有的资源，能够让更多的市场研究在我们这里更磅礴的发展。我们也响应领导的号召，我们也会把我们的创新中心放在广州，上个星期我们的创新中心也成立了。

昨天有嘉宾分享他们实际数据获取的过程中遇到的问题，接触受访者越来越难，不管是从线上还是从线下角度来说。同样的，我们在定量的调研里面，很多时候我们很难获得定性的结果。比如说我们在问卷里面经常体现到我们会有一些开放题，让用户回答，很多时候回答出来的答案往往不是我们想要的。比如说问最近对产品有什么看法，用了之后有什么感想。收集回来的答案“不错，物流不错。”跟我们想得到的答案差得比较远。

同样的，我们在很多的调研里面发现，在一个调研中我们越来越难保证我们的受访者有非常高的专注度，我们的假设，用户

专注力越来越高，他给出的答案越来越接近真相，越来越具有真实性。我们也知道在现有所有的调研里面，我们比较难以获得的是消费者在一个瞬间，比如说我点这个广告的瞬间或者在购买的瞬间他们的洞察和心理的活动。怎么样解决这样的问题呢？很多的时候我们在想，解决问题一定要解决问题的方法，我自己作为一个从业十多年的后辈，很多时候我们都说很困难，怎么解决，我们自己又不是技术专家，我们也不会创造出新的方法解决问题，只能说是站在巨人的肩膀上或者站在很多同行的肩膀上，用他们所创造出来的新的科技、新的方法解决我们现有的问题。

我们说我们现在的世界变得越来越互联互通，很多的时候我们用着不同的智能设备和不同的人做联系，和生人和熟人做不同的联系，我们现在的社交方式已经慢慢从生人的社交网络变成熟人的社交网络，语音技术和物联网技术慢慢开始应用，令到现在人与人之间的交流更趋向于只和熟人聊天。对于我们的甲方来说，他们的想法是“我怎么能够在七天 24 小时之内和自己的用户做有效的沟通。”对于我们的受访者，他们希望的是什么？在我自己熟悉的渠道，在我适合的时间和在我最舒服的状态，我跟大家沟通我们对于产品，对于很多市场上一些东西的看法。

我们回归到调研的本质，调研的本质是对话，从最早的面访、入户访问、深访到后面的在线访问，脱离不开的就是对话，我们在和消费者对话。通过这些对话，我们来找到消费者洞察，可以形成落地可执行的商业行为和方案。

对于我们来说，受访者是否已经不再做对话，不是，他们还在进行对话，只不过换了渠道和方法。（PPT 图）的数据大家可以看到，我们在使用不同的对话方式，现在即时通讯的应用已经超过社交网络的应用，90%手机使用时间是花在即时通讯上，72%的受访者认为我们每天使用的 APP 或者使用的应用并不超过 6 个，而在这 6 个中间即时通讯变成我们最主要的应用之一。对于即时通讯来说，我们可以看到，我们通过即时通讯的应用，我们可以接触到的人群是海量的，同时它也有非常快速的增长。比如说 Facebook Messenger，全球有 13 亿用户，每日产生 170 多亿张照片，活跃在 Facebook Messenger 上有 30 万个聊天机器人，微信是真正走向海外的中国第一个应用，有 10 亿的用户，1 亿的海外用户。也就是说大家在沟通的方法上越来越倾向于使用我们熟悉的渠道进行沟通。

回应刚才所说的，受访者仍然在沟通、交流，只不过换了方法，作为市场研究者来说，我们是否也要用最有效的方法、最适合他们的平台来做更有效的沟通呢？对于我们来说，一方面甲方爸爸是我们的金主，我们要满足他们的需求。另一方面，我们另外的一半的衣食父母，就是我们的受访者，我们用好的工具跟他们沟通，才能达到最有效的沟通。

我们通过聊天机器人的方式和受访者沟通，有什么样的好处？是在他们行为发生的瞬间，我们能够像好友一样跟他们沟通。使用聊天机器人可以做到定向招募，意思就是我们可以通过定向的

广告, 或者说我们通过小程序, 我们通过其他的广告出现的方式, 在他们点击广告的瞬间或者在他们完成观看广告的瞬间, 我们可以弹出机器人与他们进行机器观感和广告分享。这样有一个好处, 不再需要用户下载更多的 APP 完成调研, 也不需要他们现实存在在一个数据库里面, 我们提前和这些数据库里面的人建立信任, 他们愿意通过信任的方式完成我们所要问的问题。

同样的, 聊天机器人也可以接入许多更加快速和敏捷的人工智能方法完成我们的研究需求, 我们的用户也可以把聊天机器人分享到不同的群里面或者不同的朋友圈里面, 让更多人通过聊天机器人回答我们研究的问题。我们真实的反馈, 他说这样的聊天方法让他感很贴心, 非常私密, 跟他好朋友一样。聊天机器人是定量和定性的结合, 通过它我们可以获得定量的结果, 可以上传丰富的文本信息、视频信息、音频信息, 我们所获得的, 除了结构化的数据之外, 还包括很多非结构化的数据, 这些数据往往能够带来惊艳的感觉。对话的结果可以通过实时的面板呈现, 我们也可以及时调整我们问问题的方法以及能够获得我们最深入、最底层消费者的想法和他们的洞察。(PPT 图) 是在 Facebook 上面聊天机器人, 有很多视频、按键都可以使用。

对于聊天来说, 我们很多时候在想自己和谁聊天, 为什么和他聊天, 很多品牌通过聊天机器人可以创造出独特的个性和满足于这个公司或者这个企业它的性格的机器人, 来和用户沟通。我们经常看到银行里面的聊天机器人, 它和招商银行的形象很吻合。

我们知道小米之所以很出名，是因为他们的产品，也是因为小米的客服，客服有一个提点，体现小米的特征，快速又有才华。通过聊天机器人也可以创造出不同的形象和不同角色，为企业和客户提供更全面的消费者洞察。

综上所述，聊天机器人除了要创造它，我们也要优化它，机器人的本质是以对话为主，设置聊天机器人问题的时候不能是传统问卷的形式，更应该贴近现实生活中所使用的自然语言的沟通。同时我们也要兼顾到个性化的形象，让受访者觉得它更有亲切感和亲和力。聊天机器人大部分通过应用来实现，推动即时通讯来实现，就好像我们朋友之间在微信聊天或者在 Facebook 聊天一样，时间不会很长，但是我们要让它越来越简介、明确，让受访者明确感受到没有负担和压力获得知识。也就是说，我们在做聊天机器人的时候，我们尽量把调研做成有温度的调研，而不是冷冰冰的调研。

同样的，应用聊天机器人可以有多平台的兼容性，除了在微信、Facebook 上应用，还可以在百度小新上应用，还可以应用到 Google Home。我们在里面可以加入题型的功能，怎么做呢？比如说我们在日记的研究里面，我们可以定时题型受访者说“在过去的一段时间里面你有没有做过什么样的事情，有没有下楼买水或者买快餐。”同时，它也具有发送、接手音频、视频、多媒体文件的能力，我们还可以在里面融合图像识别、自然语言处理等各种各样不同的智能化的方法。

说了这么多聊天机器人，大家肯定都想知道聊天机器人是什么样子的，下面有几个案例的展示可以让大家更清晰的看到。

今年三月份我们在香港用 Facebook 做了一个聊天机器人，大家可以看到 (PPT 图) 的右边是即时的情况，这个研究的目的，我们想了解每一年在香港的市场里面，过年小朋友都会收到红包，平均每个小朋友收到 2000 左右，在香港一共有 85 万 0-14 岁的小朋友，这笔账大概是 17 亿的市场，对于金融机构来说，他也想知道能够通过什么方法吸纳这 17 亿。妈妈也想利用红包，能够为自己的孩子规划未来。我们使用的研究方法是定性和定量结合的机器人聊天研究，包括图像和视频的分享。我们可以看到后面的结果是非常有意义的，(PPT 图) 左手的图是他们上传图片的内容和文字的内容，可以看到比我们传统通过开放题获得的内容更加丰富，比如说这个妈妈说“我希望自己的孩子努力读书，找到自己的兴趣所长，得以发挥，将来能够贡献社会，过幸福的生活。”大家知道香港寸土寸金，他们希望自己的孩子有房有楼。

(PPT 图) 是香港妈妈的视频。

(视频播放)

我们可以看到这样的视频内容分享远远比文字的开放题所能拿到的洞察会更多。

另外一种方法，我们通过把聊天机器人从手机的应用一直到智能音响上，(PPT 图) 是我们在国外做的研究，大家可以看一下。

(视频播放)

这个研究是通过在 Facebook 上面的广告后面埋入一条聊天机器人链接，可以选择两种不同的方式，一种是通过 Facebook Messenger 直接回答，另外一个方式对于家里有 Alexa 的用户来说，可以通过 Alexa 回答。

另外一个案例，是我们在中国做的关于服装研究的案例，我们的客户像了解到每一个人在一天不同的日常生活的场景里面，他们着装的习惯。通常我们如果通过问卷的方式采访，很容易达到的结果，我们的用户分享给我们的服装习惯比较难以描述，而且你在每个不同场景里面获得的着装情况，头一两个场景里面获得的信息非常完备，后面的一两个场景用户已经觉得越来越难，不想回答，所以不可能拿到这么多服装的组合。我们通过聊天机器人的方式让用户即时从他的衣柜里面他要外出的时候，或者他参加不同活动时候的服装搭配，拍成照片直接上传。这个项目当时在三个国家做，分别是中国、美国、德国，我们获得很多不同服装的组合和不同场景的服装搭配。对于客户来说，在新产品上市的时候他就会把这样的组合放到同一个区域里面供消费者选择，促进他消费提升。

大家可以搜索关注公众号 GlobalTestmarket 调研社区，大家可以进去，了解聊天机器人是什么情况。未来已来，拥抱科技，科技向上，回应刚才潘文总说了，选择合适的技术，让我们把它作为一个好的契机，令到行业有持续性的发展。

谢谢大家!