

零售業變革： 透視認知運算

IBM Watson 幫助零售商應對行業挑戰





強大的市場力量促使零售業發生了新一輪快速變革：新的市場參與者通過採用顛覆性的技術在短短幾年之內從不為人知的品牌發展成為市場主導力量，而一些傳統的大集團卻難以根據新的行業形勢調整自己的業務模式。

未來的行業變革速度不僅不會減慢，還會不斷加快。和過去相比，零售商也更加需要適應這些變革。那些不能或者不願冒險適應的零售商將面臨淘汰的命運。

強大的消費者正在重塑零售業格局

今天的消費者相較於過去瞭解得更多，要求也更高。行動裝置和社群媒體的普及使得消費者能夠在需要時隨時隨地獲得產品資訊、相關評價和價格比較。強大的消費者也因此能夠找到最能滿足其期望的零售體驗，忠實於能提供這些體驗的零售商，而拋棄其他零售商。

為滿足這些增長的期望，應對行業的其他改變，零售商必須改變其購物體驗，使其迎合強大消費者不斷提升的期望，而使用大數據正是成為智慧零售商的重要手段之一。事實上，研究表明，表現更為出色的零售商使用商業分析的可能性是其他零售商的2.2倍。

與此同時，零售商的可使用的數據量則不是問題。相反，今天零售商擁有的龐大數據使其難以有效地收集、分析和運用這些數據，支持其做出明智決策。隨著數據幾何式地增長，零售商越來越難在海量的無關數據中找到他們所需的洞察力。

認知運算帶來零售業轉型力量

IBM® Watson™ 將認知運算的能力交到零售商手中，為其提供所需的解決方案，開始利用數據改變經營。

更智慧的購物：打造未來的品牌體驗

在當今世界上，社群媒體對購物決定的影響比零售商還要大。Watson 通過閱讀和處理社群互動、部落格和消費者評價，幫助零售商利用這一現狀。由於有能力理解和處理自然語言，Watson 能夠為零售商提供更經濟且可拓展的手段來準確瞭解消費者對產品和品牌體驗的期望。通過提供更為個性化的購物體驗，滿足當今消費者更高的期望，Watson 正在幫助零售商適應零售業的新形勢，贏得更多客戶以及提高客戶忠誠度。

全球 90% 的數據

產生於過去兩年¹。

當今全球 80% 的數據

都是非結構化數據²。

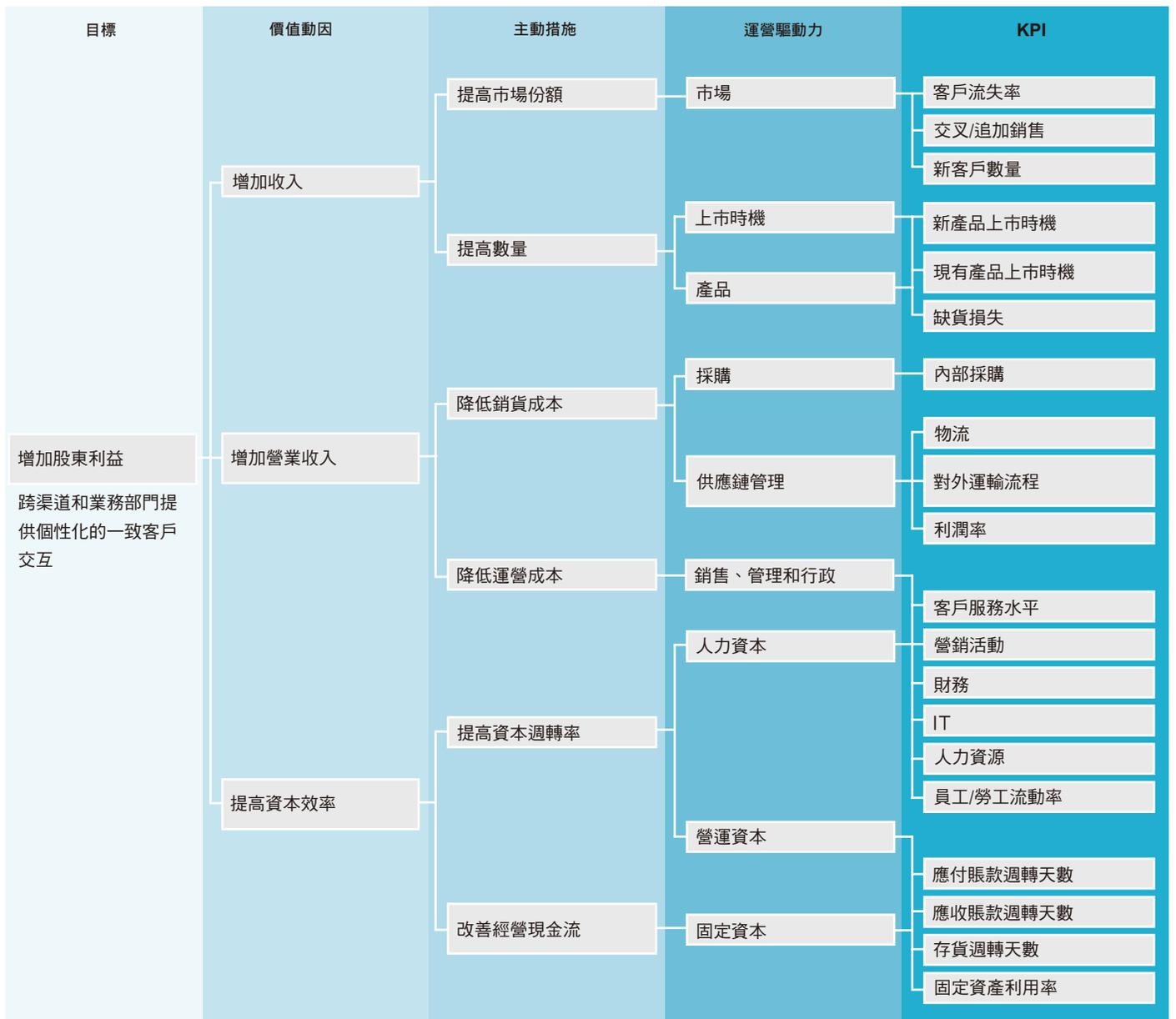
1 萬億台聯網設備

每天產生 $2.5 * 10^{18}$ 比特數據³。

41% 的消費者

使用社群、定位和行動裝置跨零售通路搜索和購買產品⁴。

Watson 支持零售業的多項關鍵業績指標



更智慧的銷售規劃：完善銷售規劃的藝術和技術

為了實現收益和效率最大化，零售商在制定定價和採購決策時不能依靠猜測。在過去，基於直覺或第六感的決策也許可行，但在現代，當零售商有如此多的數據可用於決策時，就沒有理由再基於直覺制定決策了。

Watson提供的數據處理能力能幫助零售商將海量的無關數據轉化為切實可行的洞察力，從而做出更智慧的產品和定價決策。因而，零售商可以根據Watson的數據分析能力，將週一晨會綜述從過去的定性討論變成發現新業務推動力的寶貴機會，每周都能改進業務。

更智慧的運營：利用物理與數字的融合

由於個人連網設備的普及，今天的消費者在與自己喜歡的零售品牌互動時，與過去的消費者有著完全不同的期望。他們更瞭解自己選購的產品，也期望銷售人員對產品非常瞭解。

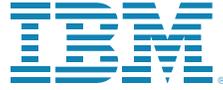
通過提供直接的溝通管道，Watson使銷售人員能夠在掌握充分資訊的情況下與消費者進行資訊量更豐富的交流對話，同時提高後台部門的效率。這樣，消費者會對服務水平更加滿意所接受的服務水平，也更願意前來購物。

認知運算是巨大的進步

IBM計劃將認知運算引入到行業應用程序之中，而其研發的Watson技術就是計劃的一部分。Watson有理解和分析語言的能力，可以隨著體驗和反饋不斷進行改善，並為其觀點提供依據。所以說，Watson開創了全新的運算時代：認知系統時代。與此前的可編程系統時代和製表系統時代一樣，這一全新時代是運算能力的巨大進步。就像前兩次運算模式的變革一樣，在這一新時代中IBM仍將在實現變革的過程中扮演關鍵角色。

更多製資訊

如需獲得更多關於IBM Watson的信息，請訪問 ibm.com/watson，或聯繫您的IBM銷售代表。



© Copyright IBM Corporation 2014
IBM Corporation
Watson Group
Route 100
Somers, NY 10589

美國印刷
2014年5月

IBM、IBM 徽標和 ibm.com 是 International Business Machines Corporation 在美國和/或其他國家或地區的商標和註冊商標。Web 站點 ibm.com/legal/copytrade.shtml 上“Copyright and trademark information”部分中包含了 IBM 商標的最新列表。

本文檔是首次發佈日期之版本，IBM 可能會隨時對其進行更改。IBM 不一定在我們開展業務的所有國家或地區提供全部產品或服務。

本文檔內的信息“按現狀”提供，不附有任何形式（無論是明示的還是默示的）的保證，包括適銷性、適用於某種特定用途、不侵權的保證或條件。IBM 產品根據其所屬的合同的條款條件獲得保證。

- 1 GigOM“結構化大數據：現場報導”(Structure Big Data: Live Coverage) 2011 年 3 月 23 日
- 2 Gartner“大內容：大數據的非結構化”(Big Content: The Unstructured Side of Big Data) 2013 年 5 月 1 日
- 3 歐洲半導體產業協會《物聯網》(Internet of Things)
- 4 IBM 商業價值研究院 2013 年



請回收利用