

《用生成式 AI/智能计算为企业数字营销实战进阶》

主讲：黄光伟老师

【课程背景】

生成式 AI、智能计算与混合云技术快速发展，传统营销模式正经历颠覆性变革。科技企业面临流量成本攀升、用户需求碎片化、数据资产利用率低等挑战。本课程聚焦 AI+云计算驱动的智能营销体系，结合 AWS、阿里云、腾讯云等头部厂商实践，助力企业构建数据驱动的全链路营销能力。

【课程收益】

掌握 AI+混合云驱动的营销技术演进方向，获得用户增长、品牌突围、ROI 优化的系统方法论，并掌握智能广告投放、动态创意生成等 6+ 核心技能，获取头部厂商验证的营销技术栈搭建方案。

【课程特色】

解析生成式 AI 在营销内容生产的底层逻辑，针对 SaaS、智能硬件等科技企业特性设计案例，结合混合云架构下的数据打通与实时决策方案，提供从流量获取到用户留存的完整工具链模板。

【课程对象】

企业 CEO/CMO/市场总监、数字营销团队和产品团队负责人

【课程时长】

1~2 天 (6 小时/天)

【课程大纲】

一、智能营销技术趋势与商业重构

1、技术革命驱动营销进化

AIGC 重构内容生产链路

混合云支撑实时营销决策 (案例：阿里云+特步全域消费者运营中台)

突围方向：从流量争夺到用户数字孪生运营+智能硬件产品的场景化营销创新

2、行业标杆实践拆解

SaaS 企业：Salesforce Einstein GPT 在销售线索培育中的应用

智能硬件：小米 AIoT 用户画像体系的搭建逻辑

云服务商：AWS SageMaker 实现个性化定价策略优化

二、智能营销工具链与策略设计

1、技术栈搭建方法论

工具矩阵设计原则：数据层+智能层+触达层

实战案例：某 AI 芯片公司混合云营销技术栈搭建

2、高 ROI 推广策略设计

关键词动态生成技术

跨平台预算分配算法

场景化增长策略：开发者生态运营

硬件产品冷启动：KOL 内容矩阵的 AI 辅助生成技巧

三、数据驱动营销与品牌进化

1、营销决策智能中枢构建

用户意图预测模型

营销归因分析进阶：基于 SHAP 值的多触点贡献度计算

2、数字时代的品牌管理

舆情管理体系：基于 NLP 的声量情感分析（案例：华为云舆情监测系统）

危机公关智能应对：DeepSeek 生成多版本响应话术策略

品牌资产数字化：数字孪生用户体系的构建路径

Web3.0 时代的品牌社区运营（案例：Nike 虚拟商品营销）

四、技术融合实战工作坊

1、生成式 AI 营销内容工厂

生成产品场景图（提示词工程技巧）

长文案生成与合规性检查

广告素材 A/B 测试自动化流程设计

2、混合云营销决策沙盘

突发流量高峰下的资源弹性调度

跨境营销数据合规方案设计