

《AI 赋能市场机会分析与市场推广》实操课程

课程背景

当前，我们正处于营销范式剧烈变革的时代。人工智能技术的爆发式发展，特别是大模型、智能体、知识库的成熟，正在彻底重塑市场分析的逻辑与推广执行的方式。营销人员不再仅仅依靠经验与直觉，而是可以借助 AI 工具实现更精准的机会洞察、更高效的推广内容生产、更智能的数据决策。然而，许多营销从业者面对琳琅满目的 AI 工具感到迷茫：如何选择合适的 AI 大模型？如何搭建专属的知识库？如何创建智能体来辅助日常工作？如何将 AI 真正融入到市场机会分析和市场推广的实战中，从而提升业绩与竞争力？

本课程应运而生。课程基于“人智协作”的全新营销阶段，系统讲解 AI 大模型、智能体、知识库的核心概念与功能，深度结合 DEEPSEEK、千问、豆包、剪映等国内主流免费 AI 工具，以及腾讯 IMA 知识库、扣子智能体平台，手把手带领学员掌握从工具使用到业务场景落地的完整流程。通过知识讲解、案例剖析、实操练习，帮助学员建立 AI 赋能市场工作的系统性思维，掌握可复用的方法和工具，最终实现市场机会分析更准、市场推广更高效、年度销售计划更科学的目标。

课程框架：

本讲名称	本讲解决问题
第一讲：营销新阶段	解决营销人员对 AI 时代认知不清、趋势把握不准的问题，帮

与 AI 基础——人智协作时代	助学员理解人智协作的新范式，厘清 AI 大模型、智能体、知识库的基本概念及营销逻辑的重塑。
第二讲：AI 工具与智能体/知识库实战应用	解决学员对 AI 工具选择困惑、提示词撰写困难、知识库搭建无从下手、智能体创建缺乏思路的问题，通过实操掌握主流工具的核心功能。
第三讲：AI 赋能市场机会洞察	解决市场机会识别不全面、数据分析浅层、竞品调研效率低的问题，利用 AI 工具深度挖掘市场空白、客户需求与趋势机会。
第四讲：AI 赋能市场推广策略与执行	解决推广内容生产慢、投放效果难优化、客户互动缺乏个性化的问题，运用 AI 实现推广全链路的提效与创新。
第五讲：AI 数据分析与年度销售计划制定	解决销售数据解读不深、计划制定凭感觉、目标分解缺乏依据的问题，借助 AI 构建数据分析模型，制定科学可落地的年度销售计划。

课程收益：

- 理解营销从人机协作到人智协作的演进逻辑，掌握 AI 重塑营销的 4 大核心变化。
- 熟悉 DEEPSEEK、千问、豆包、剪映等免费 AI 工具的功能特点，能够根据场景灵活选用。
- 掌握 AI 提示词的撰写技巧，能高效引导 AI 生成高质量内容。
- 学会使用腾讯 IMA 搭建专属知识库，实现信息的结构化存储与快速调用。
- 了解智能体的组成部分，能利用扣子平台创建简单的营销智能体。

- 掌握 AI 在市场机会洞察中的 5 大应用场景，包括趋势分析、竞品监控、客户画像等。
- 学会用 AI 生成推广文案、图片、视频脚本，并能进行投放效果预测与优化。
- 能够运用 AI 进行销售数据的深度分析，并基于数据制定年度销售计划与目标分解。
- 获得 10+ 个可直接落地的 AI 工具模板和实操练习，确保学完即用。

课程特点：

- ★ **前沿性**：课程内容紧跟 AI 技术发展，覆盖当前国内最热门的免费 AI 工具和平台，确保学员学到最新应用。
- ★ **实战性**：每个模块都配有真实行业案例（非学员公司案例）和手把手实操练习，强调学以致用。
- ★ **系统性**：从认知到工具，从机会洞察到推广执行再到计划制定，形成 AI 赋能营销的完整闭环。
- ★ **工具化**：提供提示词模板、知识库搭建指南、智能体创建步骤、数据分析模型等实用工具包。

课程对象：市场总监、市场经理、产品经理、品牌经理、销售总监、数据分析师、中小企业主、营销咨询顾问

课程方式：知识讲解、案例解析、AI 工具演示、分组研讨、实操练习

课程大纲

第一讲：营销新阶段与 AI 基础——人智协作时代

一、营销新阶段——人智协作

1. 智：大模型/智能体/知识库

- 大模型：定义、核心能力（理解、生成、推理、记忆）、代表产品（GPT 系列、文心一言、DEEPSEEK 等）
- 智能体：定义、特点（自主性、感知环境、决策执行）、与普通程序的区别
- 知识库：定义、作用（结构化存储、快速检索、知识沉淀）、在企业中的应用场景
- 三者关系：大模型是大脑，知识库是记忆库，智能体是执行者，协同完成复杂任务

2. 营销四阶段演进

- 第一阶段：人人协作（传统营销，依赖人工沟通与经验）
- 第二阶段：人机协作（计算机辅助，如 CRM、Excel 数据分析）
- 第三阶段：人智协作（AI 赋能，大模型辅助决策与内容生成）
- 第四阶段：智智协作（多智能体协同，自动化营销生态）
- 当前正处于人智协作的爆发期，营销人员必须拥抱 AI，提升人效

3. AI 重塑营销逻辑

- 从“经验驱动”到“数据+AI 驱动”
- 从“大众化传播”到“超个性化互动”
- 从“滞后分析”到“实时预测”
- 从“人工创意”到“人机共创”
- 案例：某美妆品牌利用 AI 分析社交媒体舆情，提前 3 个月预测流行色，

调整产品线，销售额增长 30%（案例数据仅为示意）

二、AI 大模型/智能体/知识库深度解析

1. AI 大模型/智能体/知识库概念和功能

- 大模型的功能：自然语言对话、文本生成、代码编写、翻译、摘要、逻辑推理等
- 智能体的功能：任务自动化、跨应用操作、个性化服务、持续学习优化
- 知识库的功能：企业文档管理、问答系统构建、经验沉淀、培训辅助

2. 常用免费 AI 工具的功能和特点

- DEEPSEEK：深度求索出品，擅长复杂推理、长文本处理（1M 上下文），免费，适合深度分析、报告撰写
- 元宝：腾讯出品，多模态能力（图像识别+文本），结合微信生态，适合社交媒体内容分析
- 千问：阿里巴巴出品，多语言支持，电商场景优化，适合商品文案生成、客服问答
- 豆包：字节跳动出品，轻量快捷，集成在抖音生态，适合短视频创意、热点追踪
- 剪映：视频剪辑工具，内置 AI 功能（图文成片、数字人播报、智能字幕），适合营销视频制作
- 功能对比表（工具 1）：根据任务类型推荐最优工具

3. AI 提示词的概念与实操

- 什么是提示词：与 AI 沟通的指令，质量决定输出效果
- 优秀提示词的要素：明确角色+具体任务+背景信息+输出格式+约束条

件

- 万能提示词公式：角色设定 + 任务描述 + 背景信息 + 输出要求 + 示例
- 实操练习 1：撰写一个用于市场趋势分析的提示词，向 DEEPSEEK 提问“2025 年新能源汽车消费者偏好趋势”，并优化提示词以获得更精准答案

4. 知识库建立的方法

- 知识库搭建三步走：
 - ① 内容收集：内部文档（销售话术、产品手册、竞品报告）、外部资料（行业报告、新闻）
 - ② 工具选择：使用腾讯 IMA（免费，支持多格式上传，AI 检索）
 - ③ 知识结构化：建立分类标签、目录，设置权限
- 腾讯 IMA 实操演示：上传营销资料，创建知识库，体验智能问答
- 实操练习 2：现场使用腾讯 IMA 搭建一个迷你营销知识库，包含 3 份文档，并测试问答效果

5. 智能体的组成部分以及应用

- 智能体的组成部分：感知模块（接收输入）、决策模块（调用大模型）、行动模块（执行操作）、记忆模块（存储上下文）
- 智能体应用场景：自动回复客户咨询、监控竞品动态、定时生成营销周报、个性化推荐
- 扣子平台介绍：字节跳动推出的智能体开发平台，可视化编排，支持发布到飞书、微信等
- 扣子智能体创建步骤：

- ① 定义角色与目标（如：市场情报收集员）
 - ② 配置大模型（选择豆包或千问）
 - ③ 设计 workflow（定时抓取指定网站信息，汇总生成报告）
 - ④ 调试与发布
- 实操练习 3：在扣子上创建一个简单的“竞品动态监控智能体”，每天自动抓取某竞品的最新新闻，并生成摘要推送到指定群

第二讲：AI 工具与智能体/知识库实战应用

（本讲深入实操，巩固第一讲的基础知识，并拓展更多应用技巧）

一、AI 大模型深度应用技巧

1. DEEPSEEK 在营销场景的高级用法

- 长文总结：上传年度行业报告，让 DEEPSEEK 提炼核心洞察
- 多轮对话分析：连续提问，逐步深入挖掘问题本质
- 代码辅助：让 DEEPSEEK 生成 Python 脚本用于数据清洗
- 案例：某调研公司用 DEEPSEEK 处理 500 页消费者访谈记录，1 小时提炼出 20 个关键洞察，节省 3 人天工作量

2. 千问在电商营销中的应用

- 生成商品标题与详情页文案（输入产品卖点，输出多版本文案）
- 客服话术优化（根据常见问题生成亲切专业的回复）
- 竞品评论分析（批量导入竞品评论，让千问总结优缺点）
- 实操练习 4：给出一款新上市的智能手表，使用千问生成 5 条不同风格的电商标题，并分析某竞品的 100 条评论，输出优缺点总结

3. 豆包在社交媒体内容创作中的应用

- 热点捕捉：用豆包搜索今日热门话题，生成关联内容创意
- 短视频脚本生成：输入主题，豆包自动生成分镜头脚本
- 评论区互动：用豆包模拟用户评论，预判反馈
- 案例：某零食品牌利用豆包生成抖音挑战赛脚本，播放量超 500 万

4. 剪映 AI 视频制作

- 图文成片：输入文章链接或文字，自动匹配素材、配音、字幕
- 数字人播报：选择形象，输入文案，生成口播视频
- 智能剪片：根据文案自动剪辑多段素材
- 实操练习 5：提供一段产品介绍文字，使用剪映“图文成片”功能生成 1 分钟短视频，并进行简单修改

二、智能体进阶应用：从简单到复杂

1. 智能体设计模式

- 反射型：根据输入直接响应（如自动回复）
- 规划型：先拆解任务，再执行（如制定营销计划）
- 多智能体协作：多个智能体分工完成复杂流程（如一个负责数据收集，一个负责分析，一个负责报告生成）

2. 利用扣子构建营销智能体实战

- 场景 1：销售线索初筛智能体
 - ① 输入：潜在客户信息（公司名称、职位）
 - ② workflow：调用千问判断客户意向（根据规则），输出评分
 - ③ 输出：高意向客户名单

- 场景 2：周报自动生成智能体
 - ① 触发：每周五下午 5 点
 - ② workflow：从知识库提取本周数据，调用 DEEPSEEK 生成分析，从剪辑生成汇报视频
 - ③ 输出：周报文档+视频发送给团队
- 实操练习 6：分组设计一个智能体，完成“每日竞品价格监控”任务，并在扣子上搭建原型

三、知识库的高级运营

1. 知识库的持续更新与维护

- 定期导入新文档（行业报告、内部会议记录）
- 设置自动抓取规则（如用智能体每天抓取指定网站文章入库）
- 知识库权限管理（不同部门查看不同内容）

2. 知识库与智能体的联动

- 智能体调用知识库回答专业问题（如客户问产品参数，智能体从知识库检索后回答）
- 将智能体的输出存入知识库（如周报自动归档）
- 案例：某医疗器械公司建立产品知识库，并创建客服智能体，客户咨询准确率提升至 95%，人工客服工作量减少 60%

3. 腾讯 IMA 高级功能

- 多格式文件支持（PDF、Word、Excel、图片 OCR）
- AI 问答的引用溯源（显示答案来自哪份文档）
- 团队协作与分享

- 实操练习 7：在腾讯 IMA 中建立一个“市场部知识空间”，邀请组员加入，并设置不同权限

第三讲：AI 赋能市场机会洞察

一、市场机会洞察的 AI 方法论

1. 传统市场机会分析的痛点

- 数据收集耗时、信息滞后、主观偏差、难以发现隐性机会

2. AI 赋能的四大优势

- 海量数据处理：秒级分析 TB 级数据
- 模式识别：发现人类不易察觉的相关性
- 实时监控：7x24 小时追踪市场动态
- 预测能力：基于历史数据预判趋势

3. AI 洞察市场机会的典型路径

- 宏观趋势分析 → 行业赛道选择 → 目标客群细分 → 竞品空白识别 → 产品概念验证

二、AI 在宏观趋势分析中的应用

1. 政策与行业报告解读

- 上传国家政策文件、行业白皮书，用 DEEPSEEK 提取关键信息（如“十四五规划中关于数字经济的要点”）
- 案例：某环保科技公司用 AI 分析各省环保政策，发现西南地区有补贴机会，提前布局，拿下千万订单

2. 社交媒体与新闻热点追踪

- 使用豆包/元宝监控微博、抖音、知乎的热门话题，识别新兴需求
- 工具：设置关键词（如“露营装备”“智能家居”），让 AI 每日汇总相关讨论热度和情感倾向
- 实操练习 8：选择你所在行业的一个关键词，使用豆包搜索近 7 天的热门讨论，总结出 3 个潜在机会点

三、AI 在竞品分析中的应用

1. 竞品信息收集自动化

- 利用智能体定时抓取竞品官网、公众号、电商页面更新
- 扣子智能体配置：设置采集目标（如某竞品的天猫旗舰店），提取价格、新品、促销信息，存入知识库

2. 竞品评论情感分析

- 爬取竞品在京东/天猫的评论，用千问进行情感分析（好评点、差评点）
- 识别竞品用户的痛点，作为自身产品改进方向
- 案例：某手机品牌通过分析竞品评论，发现用户普遍抱怨电池续航，于是在新品中重点宣传快充，成功抢夺市场份额

3. 竞品定价策略分析

- 收集竞品价格变动数据，用 AI 分析价格弹性与促销规律
- 提示词示例：“分析以下竞品价格数据，总结其价格调整的时间节点和可能原因：[数据]”
- 实操练习 9：提供某品类三家竞品的半年价格数据，让学员用 DEEPSEEK 分析价格战规律，并提出应对建议

四、AI 在客户需求洞察中的应用

1. 用户画像精细化

- 利用 AI 分析 CRM 数据、社交媒体互动记录，自动生成用户标签（如“价格敏感”“技术控”“颜值党”）
- 工具：将用户数据导入千问，让其归纳典型用户画像

2. 痛点与未被满足需求挖掘

- 从客服聊天记录、售后评价中提取高频问题，用 AI 聚类分析
- 提示词：“以下是某产品的 100 条售后评价，请归纳出用户主要抱怨的三大问题，并推测背后未被满足的需求。”
- 案例：某母婴品牌通过分析客服记录，发现用户经常询问“如何防止宝宝吐奶”，于是开发了防吐奶垫，成为爆款

3. 场景化需求预测

- 结合季节、节日、热点，让 AI 预测未来 3 个月可能爆发的需求场景
- 实操练习 10：输入某产品过去两年的销售数据和当年的节假日安排，用 DEEPSEEK 预测下个季度的重点推广场景

五、市场机会验证与概念测试

1. 快速生成产品概念

- 基于洞察，让 AI 生成多个产品概念描述
- 提示词：“基于以下市场机会点，请设计 5 个新产品概念，每个概念包括目标人群、核心功能、宣传语。”

2. 模拟用户反馈

- 将产品概念发给豆包，让其模拟不同用户角色的反应（如 Z 世代、宝妈、商务人士）

- 快速迭代概念，降低试错成本

3. 小范围数据验证

- 利用 AI 设计调查问卷，并通过知识库分析回收数据
- 案例：某饮料公司用 AI 生成 10 种新口味概念，让豆包模拟用户投票，选出前 3 名进行真实生产，上市后销量符合预期

第四讲：AI 赋能市场推广策略与执行

一、AI 在推广内容生产中的应用

1. 文案创作加速

- 广告语生成：输入产品卖点和品牌调性，让 DEEPSEEK 输出多条广告语备选
- 社交媒体推文：根据热点，用豆包生成适合微博/小红书/抖音的文案
- 邮件营销内容：个性化邮件标题和正文，提升打开率
- 提示词模板：“你是一名资深文案，为[产品名称]撰写一篇小红书种草笔记，目标人群是[人群]，强调[卖点]，语气亲切活泼，包含 emoji。”

2. 图像与视频内容生成

- 使用剪映的 AI 功能生成视频脚本、配音、字幕
- 利用千问的多模态能力生成产品场景图（如输入“现代简约客厅中摆放智能音箱”，输出图片描述，再通过其他工具生成图片）
- 数字人播报：快速制作产品讲解视频
- 案例：某教育机构用剪映数字人制作 100 节微课，成本降低 90%，上线后学员反馈良好

3. 创意灵感激发

- 向 AI 提问：“最近有哪些有趣的营销案例？请列举 5 个并分析其创意点。”
- 让 AI 根据当前热点，brainstorm 10 个借势营销创意
- 实操练习 11：给定一款即将上市的运动饮料，使用豆包生成 3 个不同风格的短视频创意脚本（搞笑、热血、科普）

二、AI 在推广渠道选择与优化中的应用

1. 渠道画像与匹配

- 输入产品特征，让 AI 推荐最适合的推广渠道（如抖音适合年轻快消品，知乎适合专业产品）
- 分析各渠道用户特征与产品匹配度
- 工具：利用元宝的生态数据（如微信指数）辅助决策

2. 投放效果预测

- 基于历史投放数据，让 AI 建立模型预测不同渠道的 ROI
- 提示词：“根据过去一年的投放数据（附表格），预测下个月在抖音和微信朋友圈投放各 10 万元的预期效果。”

3. 实时投放优化

- 利用智能体监控广告后台数据，当某项指标异常时自动报警或调整出价
- 扣子智能体示例：连接巨量引擎 API，监测成本，若超出阈值则暂停计划
- 案例：某电商公司使用智能体自动优化千川投放，ROI 提升 25%

三、AI 在客户互动与转化中的应用

1. 智能客服与销售助手

- 创建基于知识库的智能客服，7x24 小时解答客户问题
- 智能体根据客户行为（如浏览某商品 3 次）主动推送优惠券
- 实战：在扣子中创建一个“电商导购智能体”，根据用户提问推荐合适商品

2. 个性化推荐系统

- 利用 AI 分析用户历史行为，生成个性化推荐内容（如邮件、首页 banner)
- 案例：某服装品牌用 AI 分析用户购买记录，推送搭配建议，复购率提升 18%

3. 活动策划与执行

- 用 AI 生成活动主题、玩法、流程，甚至写主持稿
- 模拟活动可能遇到的问题及应对方案
- 实操练习 12：策划一场新品上市直播活动，让 AI 协助设计活动流程、互动话术、促销方案

四、AI 在推广效果评估中的应用

1. 多维度效果归因

- 利用 AI 分析各触点对转化的贡献，不只是最后一次点击
- 工具：将多渠道数据导入 DEEPSEEK，让其建立归因模型

2. 情感分析与口碑监控

- 用 AI 监控社交媒体对品牌的提及，分析情感倾向（正面/负面/中性)
- 及时发现负面舆情并预警

- 案例：某餐饮品牌通过 AI 监控发现某门店差评激增，迅速调查并整改，避免声誉受损

3. 内容效果预测

- 在发布前让 AI 预测某篇推文可能获得的阅读量、互动率
- 辅助优化标题和封面

第五讲：AI 数据分析与年度销售计划制定

一、AI 驱动的销售数据分析

1. 数据清洗与预处理

- 利用 AI（如 DEEPSEEK）编写 Python/R 代码自动清洗数据（去重、补缺失、格式统一）
- 非技术人员可用自然语言指令：“请帮我清洗这个 Excel 表格，删除重复行，将日期列统一为 YYYY-MM-DD 格式”

2. 销售数据可视化

- 向 AI 描述想要的图表（如“按月份展示各区域销售额对比柱状图”），让 AI 生成相应代码或直接生成图表（若工具有此功能）
- 使用千问的数据分析功能（如上传 Excel，提问“哪个品类增长最快？”）

3. 深层洞察挖掘

- 提问示例：“分析过去两年的销售数据，找出影响销售额的关键因素是什么？”
- AI 可能发现：天气、促销频次、竞品活动等与销量的相关性
- 案例：某家电品牌通过 AI 分析发现，降雨量与除湿机销量呈正相关，于

是根据天气预报调整库存，减少缺货损失

4. 销售预测

- 利用 AI 时间序列预测模型，输入历史数据，输出未来 3-6 个月销量预测
- 提示词：“根据以下月度销售数据，用指数平滑法预测未来 3 个月的销量，并给出置信区间。”
- 实操练习 13：提供某产品 24 个月的销售数据，让 DEEPSEEK 进行预测，并与实际值对比（如果提供部分数据）

二、AI 辅助年度销售计划制定

1. 目标设定与分解

- 基于历史数据和市场机会，让 AI 建议合理的年度增长目标
- 将总目标分解到区域、产品线、月份
- 提示词：“我们去年销售额 1 亿，今年计划增长 20%，请根据历史季节性规律，将目标分解到每个月和三个大区。”

2. 策略与行动计划生成

- 让 AI 根据目标提出关键策略（如新产品推广、渠道下沉、促销活动）
- 生成详细的行动计划表（时间、责任人、资源需求）
- 案例：某软件公司用 AI 生成年度市场计划，包含 12 个月的线上活动主题，并预测了各活动的潜在线索量

3. 预算编制

- 辅助计算各项费用（推广费、人员成本、活动经费），并给出优化建议
- 提问：“要实现 3000 万销售额，按行业平均营销费率 15%，总预算 450 万，请合理分配到各渠道。”

4. 风险评估与预案

- 让 AI 分析计划可能遇到的风险（如竞争加剧、原材料涨价）并提出应对措施
- 提示词：“这份年度销售计划有哪些潜在风险？请列出 3 个并给出预案。”

三、建立年度销售计划的 PDCA 闭环

1. 计划执行跟踪

- 利用智能体每周/每月自动汇总实际数据，对比计划，生成偏差报告
- 扣子智能体：定时从 ERP 抓取数据，计算完成率，发送到管理群

2. 季度复盘与调整

- 用 AI 分析季度偏差原因，建议调整方向
- 案例：某快消品公司 Q1 未达标，AI 分析发现是因为新品上市延迟，建议 Q2 加大促销力度，并调整了预算分配，最终全年达标

3. 年度总结与下年规划

- 让 AI 总结年度计划执行情况，提炼成功经验和教训
- 基于当年数据，生成下一年初步规划草案

课程工具清单（部分）：

序号	工具名称
工具 1	AI 大模型功能对比速查表
工具 2	万能提示词公式与模板

工具 3	腾讯 IMA 知识库搭建流程卡
工具 4	扣子智能体设计画布
工具 5	市场机会分析提示词库
工具 6	竞品动态监控智能体配置指南
工具 7	AI 推广文案生成指令模板
工具 8	剪映 AI 视频脚本生成器
工具 9	销售数据分析 AI 提问框架
工具 10	年度销售计划 AI 辅助生成表