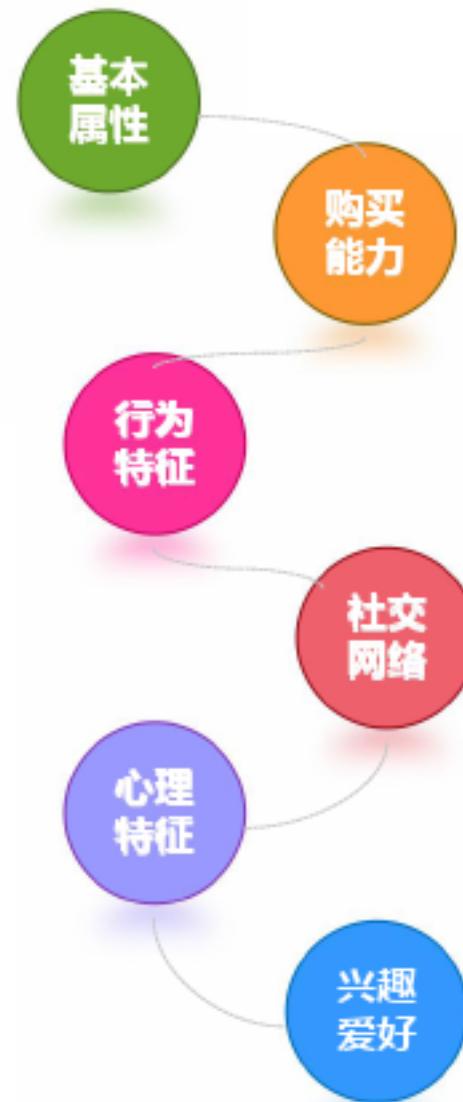
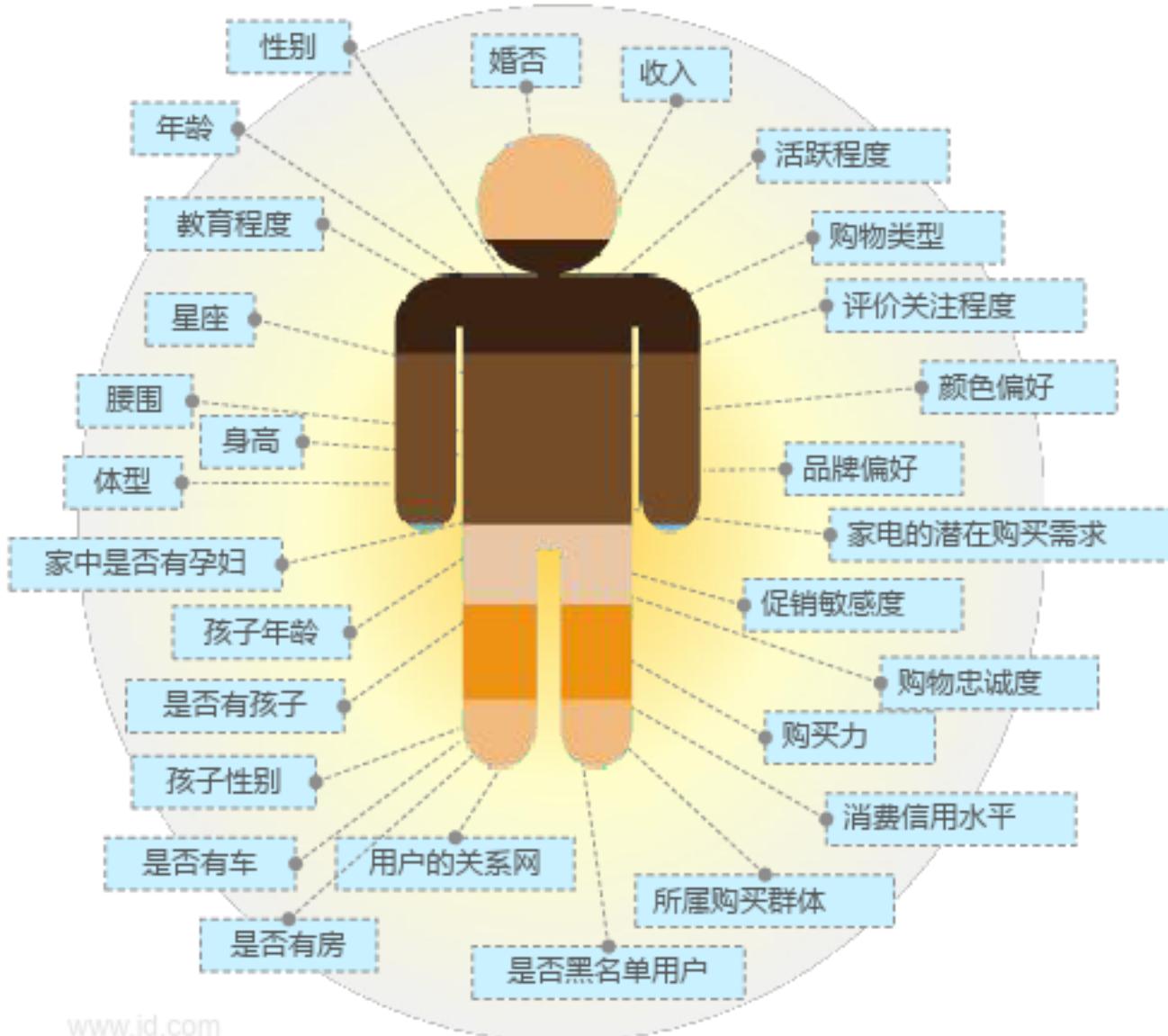
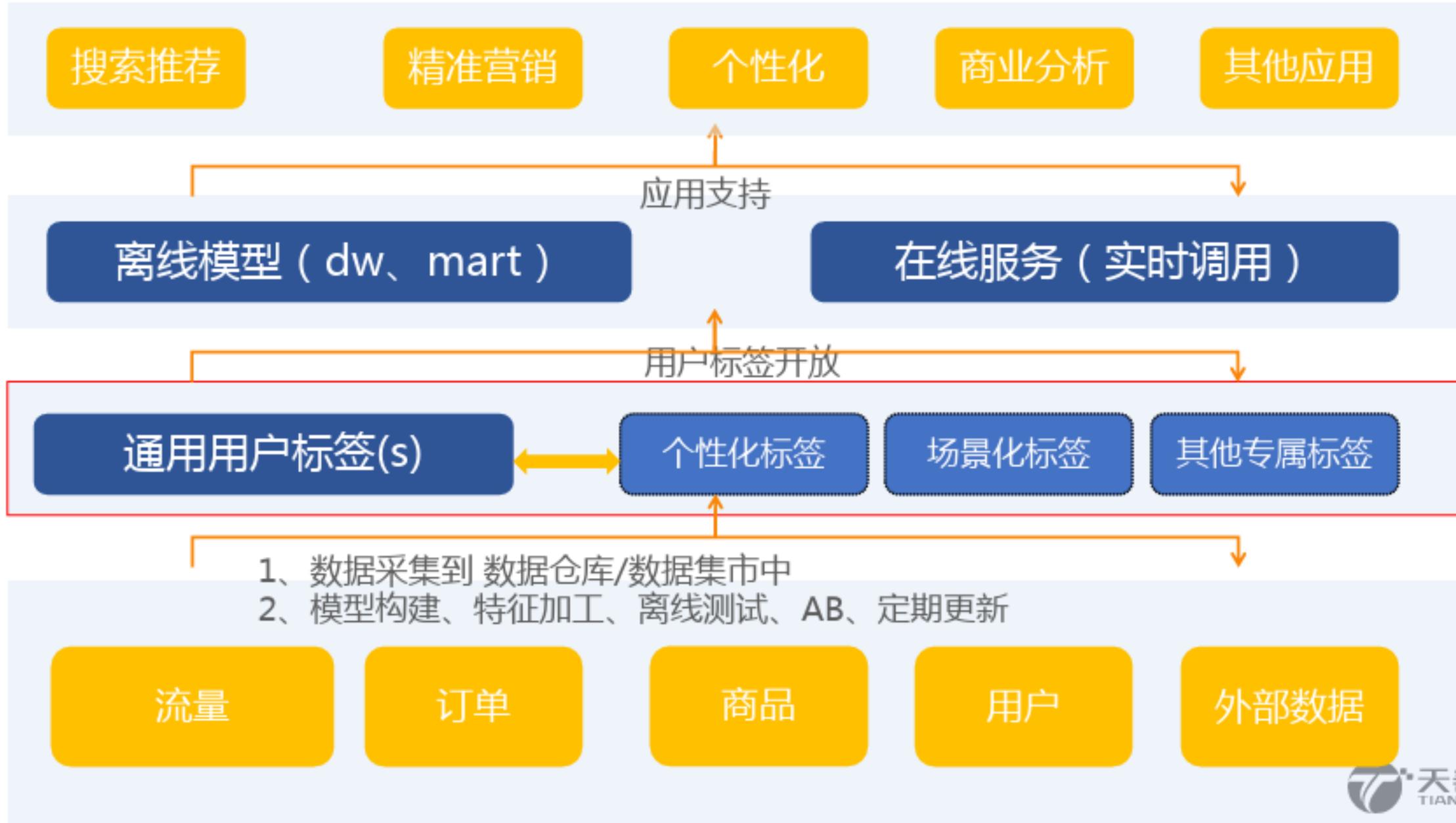


用户画像技术架构介绍

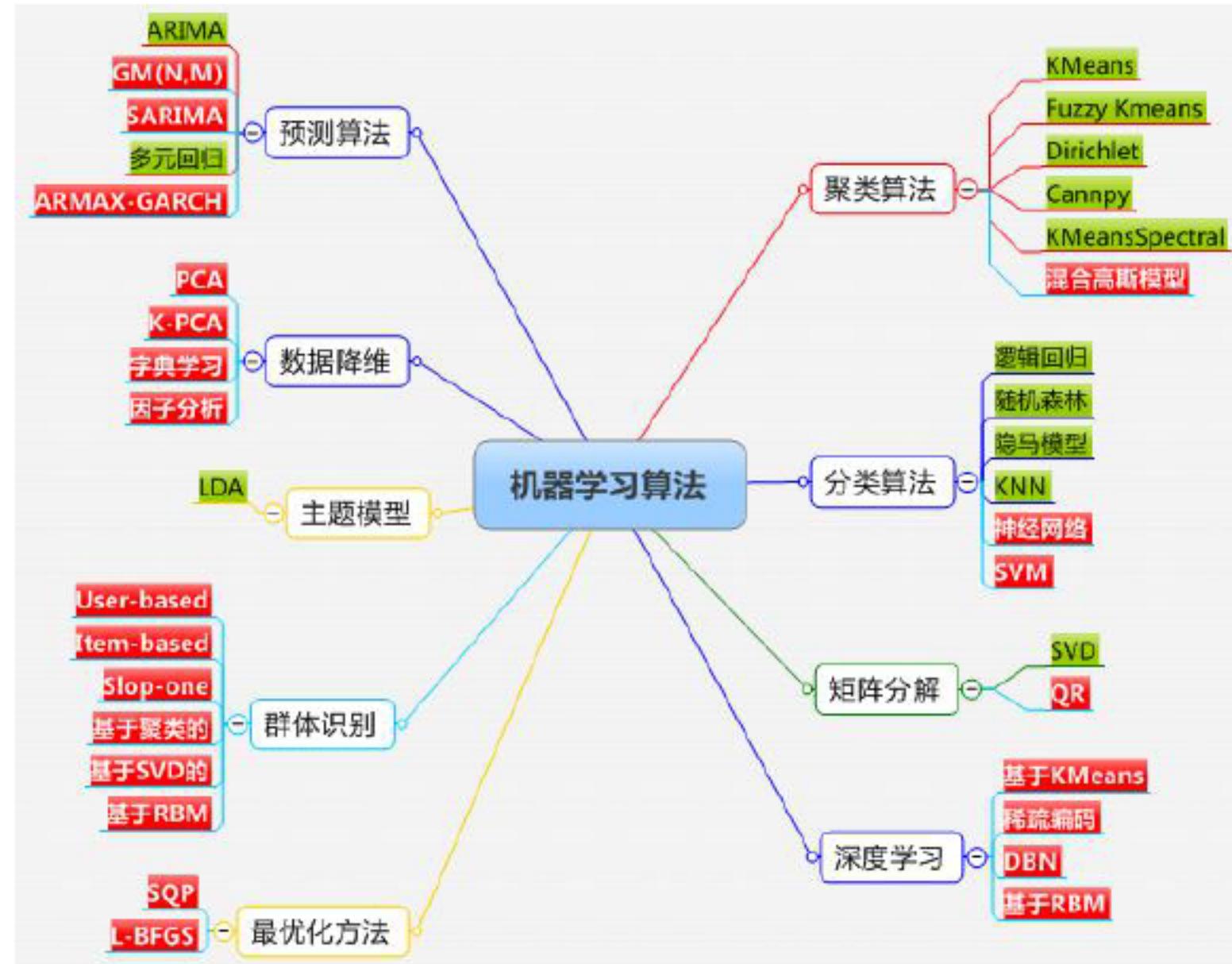
用户画像：基于用户线上行为数据抽象出他的信息全貌。



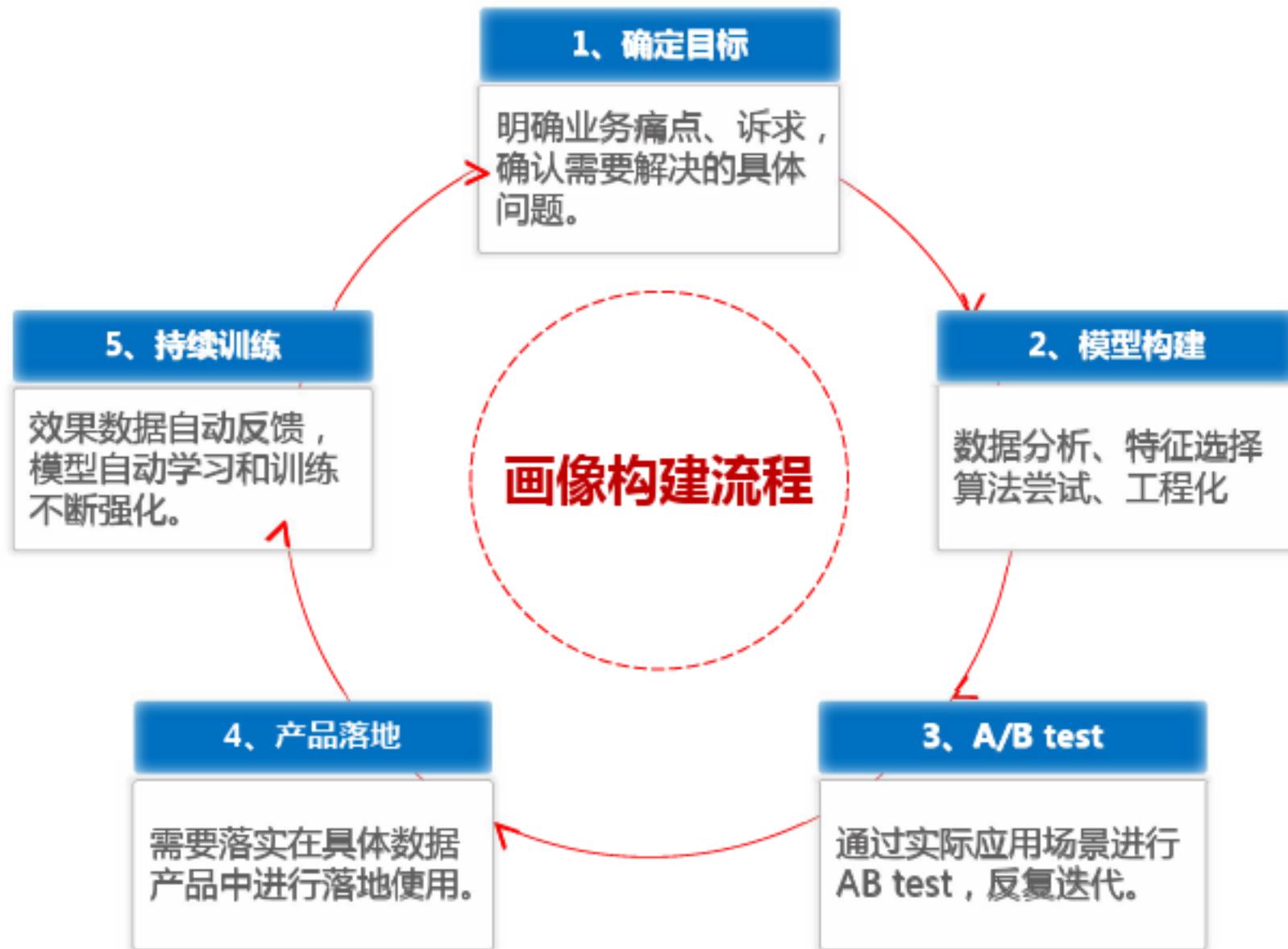
用户画像整体架构 (离线模型)



算法 vs BI 统计



用户画像构建流程



用户画像到底该怎么玩？

基于增长黑客理论 (AARRR) 的用户运营流程

把增长目标可概括为**AARRR转换漏斗模型**，整个过程强调：**数据为王、专注目标、关注细节、富有创意、信息通透。**



用户画像在电商场景中的应用实践

用户画像最佳实践分享

精准营销类

- 精准营销平台
- 广告系统

个性化类

- 个性化推荐、搜索
- 聊天机器人
- 客服路由

数据分析类

- 各类产品中用户分析模块

社交传播类

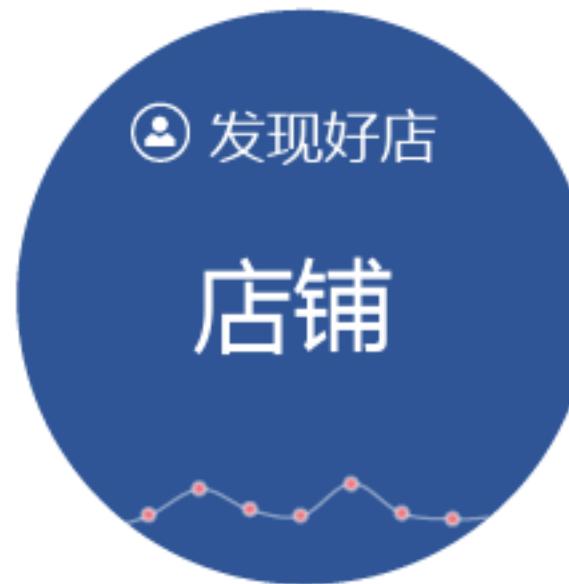
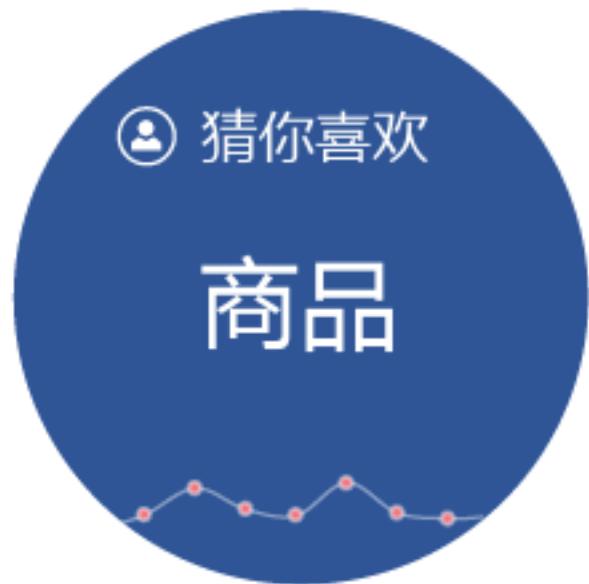
- 趣味类、消费类分析报告
- 用户研究等

精准营销类：通过产品中固化的用户标签筛选目标用户



个性化类：推荐、搜索、千人千面

- ✓ 基于**用户登录ID、设备ID**的用户标签：用户长期兴趣模型、自营偏好、购买力、性别、是否有小孩、小孩年龄、用户实时行为模型，结合点击流向用户推荐商品。
- ✓ 个性化，**不止于用户画像**。



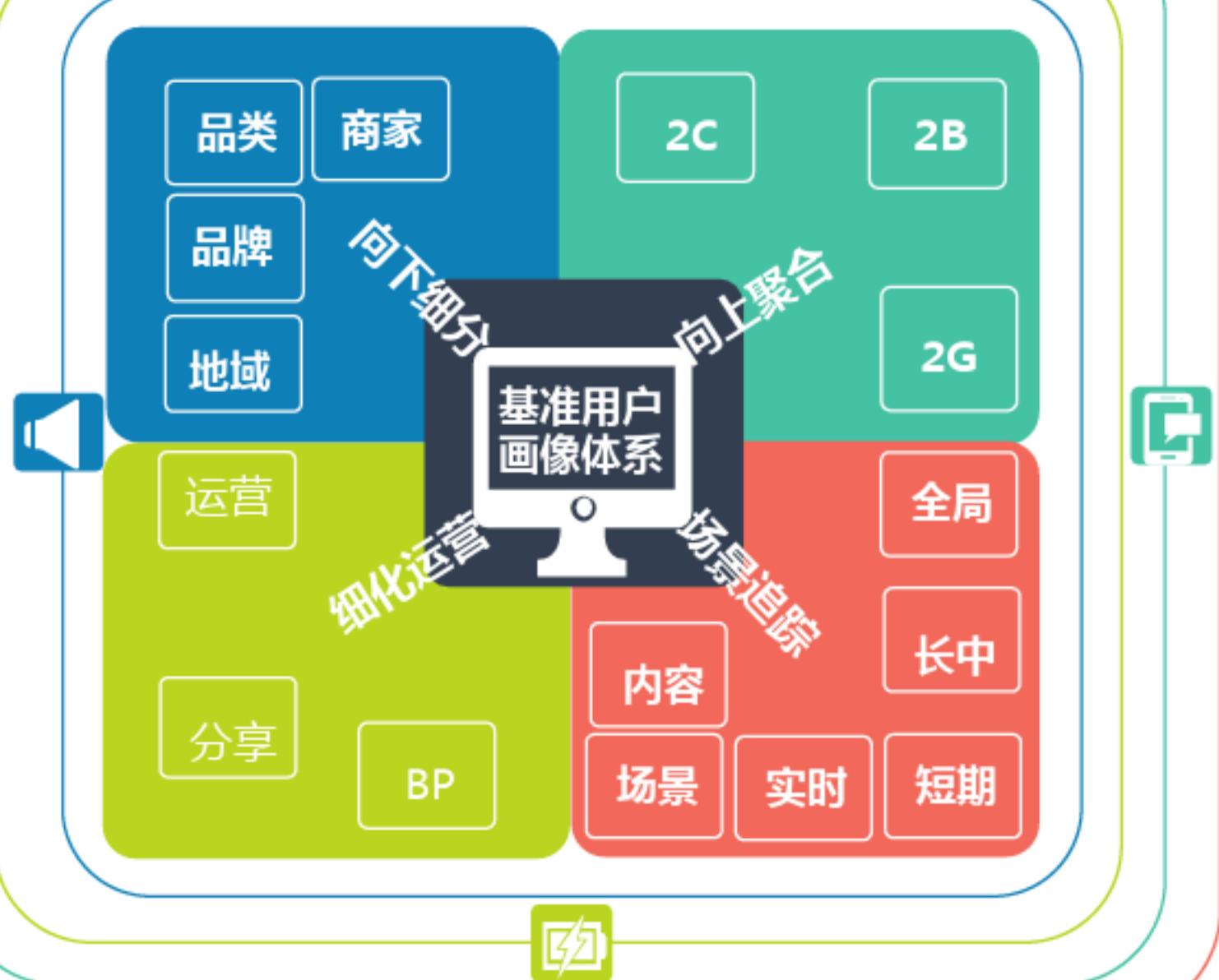
那些年我们踩过的坑





用户画像发展方向

画像体系应用



动态-场景化 (提升推荐搜索转化)
长中短期画像、基于场景实时动态
(位置、天气、点击流、Pin, device , uuid)



高维-精细化 (提升运营/营销效率)
品类、品牌
地域画像、商家画像

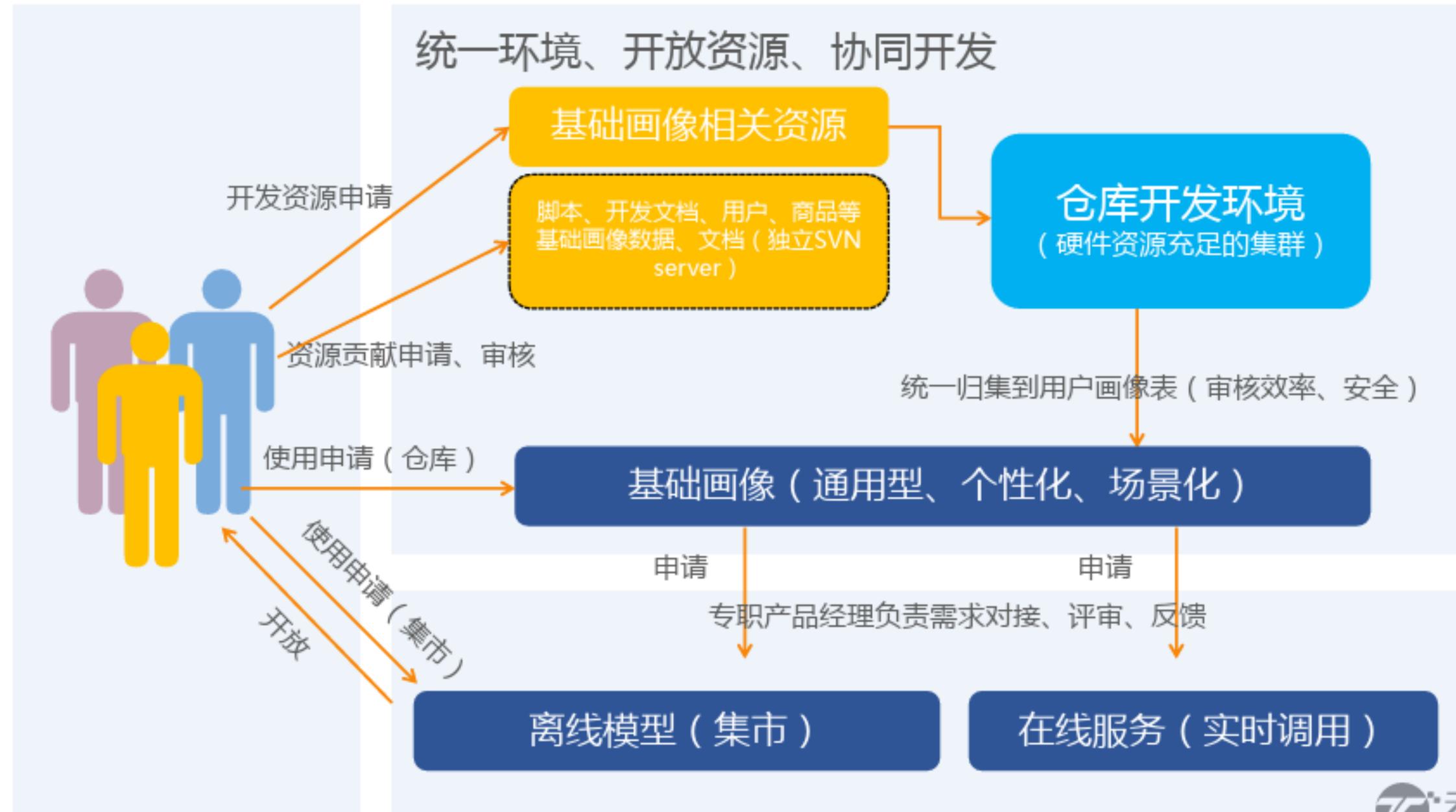


知识-产品化 (提升公司/大数据影响力)
商家运营、行业分析
公关传播、商业变现

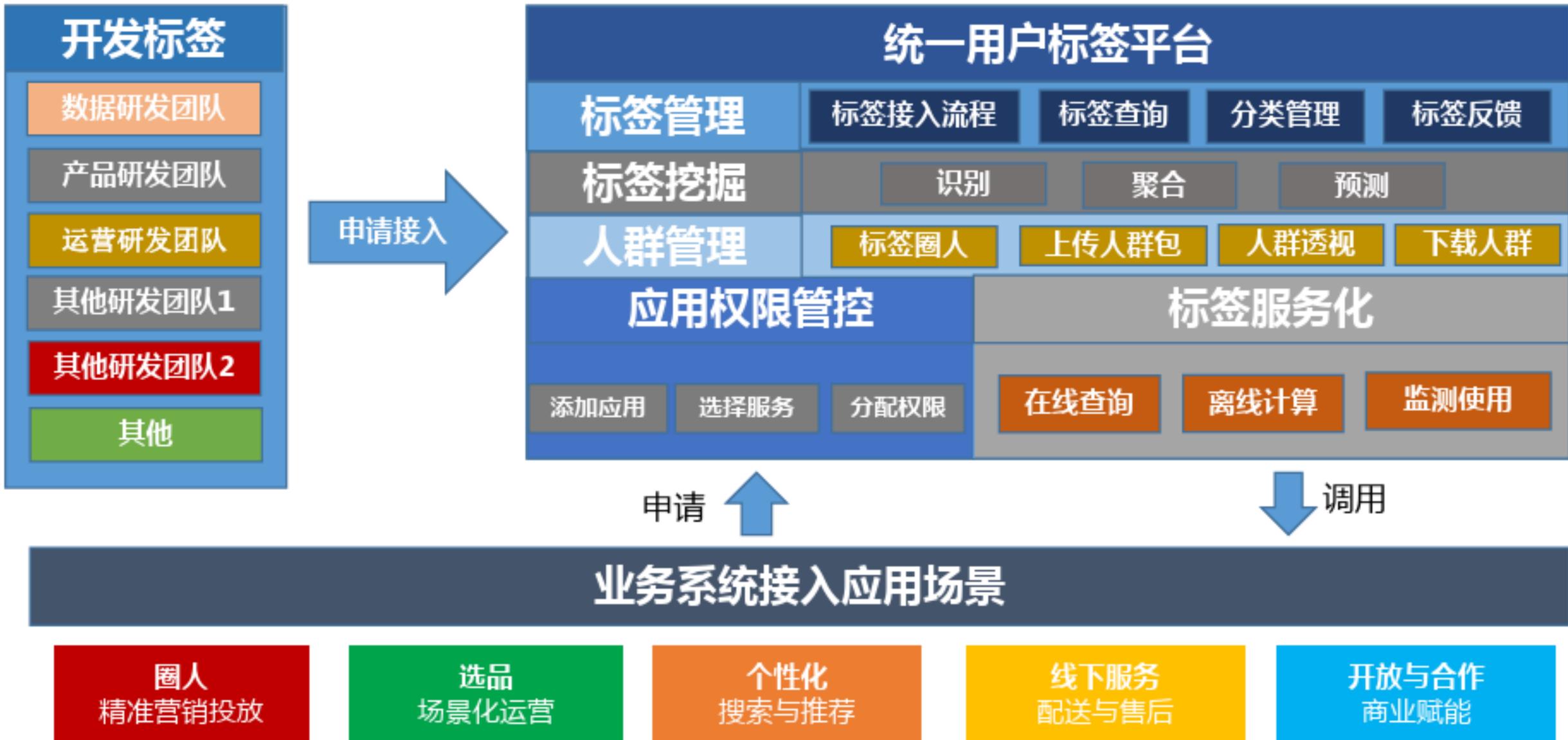


运营-持续化
产品经理、BP
最佳实践分享
正负向反馈

公司内部开源：打造用户画像开源生态圈



统一用户标签平台思考



谢谢!