

新技术让商家以短信 针对逛街人群特别促销

李蕙心 报道
hueyshin@sph.com.sg

在购物中心逛商店，想买的东西没有折扣，这时若收到该店的优惠手机短信将是令人十分惊喜的事。明年，这可能成为现实。

国立研究基金会分别与新加坡管理大学及星和公司合作，共投入5000万元设立两所数据分析研究室，分析消费者的社会行为和消费信息，转换成对商家有利的资料。

新加坡管理大学设立的“都市生活型态实验室”（LiveLabs）和电信业者星和公司投资开设的SmartHub研究室昨天正式启用。

副总理张志贤受邀为两所研究室开幕，他也是国立研究基金会主席。他致词时说，两所研究室的设立将加快推动研发项目走向市场的步伐，提高互动数码媒体新项目的素质和数量。

两所研究室都从事大量数据的分析工作，并把分析结果运用在商业用途上，但由于数据来源和性质不同，用途也不一样。

你是单独逛街或与人同行 系统能分析提供不同促销

都市生活型态实验室通过一个特制的手机应用软件，收集消费者的行踪和购物信息，经过分析，商家可以按分析出来的购物趋势做促销。

举例说，三个好友在商场吃饭逛街，商场会给他们每人发送“三人看电影，一人免费”的特别促销短信，普通顾客享受不到这项优惠。顾客必须自愿与商场注册接收这类短信，所以与群发短信比起

来，以上方式更有针对性，促销成功率也较高。

都市生活型态实验室总监拉杰士（Rajesh Balan）副教授透露，顾客在手机里安装让系统即时追踪位置的应用软件，若探测到顾客单独逛街，系统会发出针对一个人的短信。若好几名顾客在一起活动至少15分钟，系统就可断定他们是朋友并发送让他们一起享有的优惠信息。

目前，实验室正同凯德商用产业有限公司、圣淘沙休闲集团、樟宜机场集团和新加坡管理大学合作，收集顾客和学生的数据。拉杰士预测，从明年第二季开始，消费者就可在商场收到这类促销短信。

另一家研究所SmartHub采用星和公司的网络、手机、固线电话和有线电视服务顾客数据。公司正与乌节路商联会和电脑公司IBM合作，把星和数据用于商业用途。

比方说，外国游客若用星和的手机漫游服务，公司就可通过他们的手机号码知道他们来自何处，也能追查他们的行踪和逗留时间。初步研究显示，多数中国游客喜欢到乌节路各商场购物，而大多英国游客只在东陵坊一带逗留。

凭着这项分析，乌节路的不同商家可根据顾客对象和逛街的时间，制定更有针对性的促销活动。

星和公司技术总监莫栢林受访时强调，在研究数据之前，公司会删除所有与顾客个人有关的信息如名字或地址，只留下性别、年龄、地理位置，以及使用星和服务的习惯。他预计，研究室明年初可正式开始提供研究服务。