



共獲投 1000 萬美金！看好 iKala 成效型廣告技術，投資人加碼 A 輪投資



iKala 共同創辦人由左至右：營運長鄭鎧尹、財務兼人資長許茹嘉、執行長程世嘉以及技術長龔師賢。
(圖片來源：iKala)

(2019 年 1 月，台北訊) iKala 於去年初宣布完成 A 輪融資，原投資人看好 iKala 近期發展的成效型廣告技術產品，加碼擴大投資規模至 1000 萬美金。

iKala 已經是 Google Cloud 全球最大的合作夥伴之一，團隊累積了堅強的雲端和人工智慧技術實力，提供各種雲端及人工智慧解決方案給企業客戶。如今 iKala 正進一步把這些技術能量用於發展下一代的成效型廣告科技產品 (performance-based ad tech)，解決廣告界目前面臨的重要問題。iKala 的執行長程世嘉 (Sega Cheng) 說：「有機會把我們累積多年的雲端和人工智慧技術能力，用在解決廣告界的問題，讓行銷人員更能聰明地使用廣告預算，這對我們來說真的是個驚喜的意外，我們稱之為 C4M (Cloud for Marketing)。」

根據調研機構 Mediakix 估計，網紅行銷預算會從 2018 全球 16 億美元，快速成長到 2020 全球 100 億美元的規模。看好這股網紅行銷的上升趨勢，iKala 去年六月時發表了網紅搜尋引擎「網紅雷達 (KOL Radar)」，這個產品的宏大願景是「組織全世界的網紅資訊，讓這些資訊對廣告人員產生幫助。」iKala 在網紅雷達裡廣泛運用人工智慧技術來衡量網紅的廣告效益，以



及自動推薦適當的網紅給廣告主。網紅雷達如今在全球已經有超過 4,000 個廣告主使用，其中還包括財星 500 大的公司。

另一方面，iKala 在東協市場推出了專為社群商務打造的電商工具 Shoplus。根據估計，光是在泰國就有超過兩百萬的社群賣家，而且泰國有 51% 的線上買家是透過社群網站買東西，顯示東南亞的社群商務正在蓬勃發展。Shoplus 是一個免費，但是功能強大的電商工具 app，有完整的訂單管理、自動客服、金物流、以及 AI 廣告投放功能。程世嘉說：「Shoplus 其實也是一個輔助行銷人員的廣告工具，透過仔細衡量社群銷售的效益，讓社群賣家可以做得更少、賣得更好。」去年九月上線以來，Shoplus 在泰國和越南已經快速累積了超過 70,000 個商家使用，後勢驚人。廣告協會 DMA 預估，電商廣告的市場規模將每年翻倍成長。

「廣告界很明顯正在進行典範轉移」程世嘉說：「行銷人員現在更重視以轉換成效為衡量基礎的廣告行銷活動，而非一味追求最大的眼球曝光。而這些衡量廣告效益的重要問題，必須有擅長機器學習和人工智慧技術的人才來解決。如果您有興趣挑戰這些困難的題目，建立全球規模的 AI 應用，非常歡迎您加入我們團隊。」iKala 在泰國、越南、台灣、新加坡、日本、香港已經啟動營運，將會在 2019 年把現在 100 人的團隊積極擴張到 150 人的規模。

「我們在機器學習的規模化應用上，取得了相當令人振奮的成果。最令人開心的是我們真正在從事『以人為本的 AI (human-centered AI)』，iKala 的每個 AI 應用都是以人為核心在發展，彰顯更多『人』的價值。」程世嘉總結道。從紮實的雲端和人工智慧技術出發，iKala 現在希望成為成效型行銷科技的領導廠商。

###

媒體聯絡人

Iris Jia 賈馥萍 iris.jia@ikala.tv +886-983-921971

###

關於 iKala

iKala 是一間以人工智慧為核心的行銷科技公司，以其紮實的雲端及人工智慧技術，致力於發展成效型行銷技術產品，協助廣告主及企業主進行精準行銷投放。iKala 總部設於台灣，營運遍佈新加坡、台灣、港澳、日本、泰國、及越南。

iKala 官網：<https://ikala.tv>