



新零售时代的营销方式

[READ MORE](#)

酷友科技

☑ 用户互动方式更趋直接，社群经济趋热，电商内容更广、变现能力强，用户入口和场景多元化

网红	跨境	微商	智慧	生活	粉丝	社交	打假	农村
网 (短视频 今年上	跨 跨境、 学生分	微 自营 流，腾	智 不卖商 务，只 商	生 生活服务 格局已	粉 粉丝经 做电商	社 未来移 搜索25 社	电 《新广 假不断	农村决未来 农村电商摸索前行，被 一致看好，但目前没有 什么成效

酷友科技

酷友新零售业务方案-全景图

kuyu



用户

内部用户

4500万
用户
.....

外部用户

百度
360
.....

新零售服务平台

用户运营

口碑体验

- 完善用户触点体验体系
- 建立用户数据分析模型
- 倒逼产品和流程改善

关系维护

- 会员互动运营
- 会员权益运营
- 粉丝活动运营

精准营销

- 用户数据整合
- 用户标签建模
- 营销场景应用

渠道

线上渠道

官网	双碰	微商城
天猫	京东

线下渠道

经销商 (自控)	翰林汇 风行
-------------	-----------	-------

入户渠道



服务

用户服务

- 优化服务商渠道
- 提升工程师能力
- 优化备件供应模式

服务口碑改善

- 催单率改善
- 长尾信息及时清理

入户服务

- 提供多元化产品
- 提供增值服务产品

物流

企业内部



企业外部



供应

企业内部

TCL小电
乐华
东芝
.....

企业外部

珠三角优质中小
型企业
跨境购产品
.....

IT支撑

基础应用

电商系统

物流系统

服务系统

用户运营

大数据

企业应用系统

第三方电商平台

基础架构

云数据中心

企业局域网络

电话会议与视频通讯

云计算、网络服务

信息安全

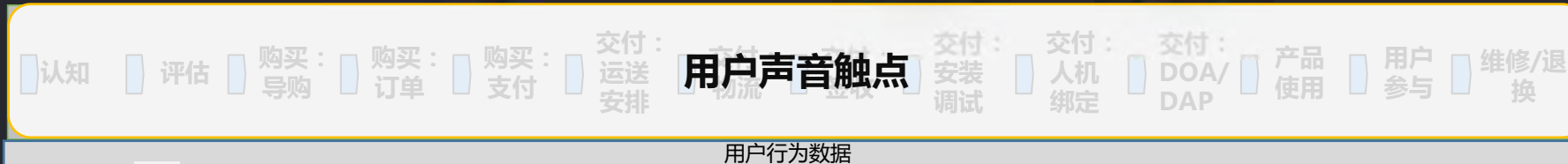
全媒体用户互动体验业务全景图

kuyu

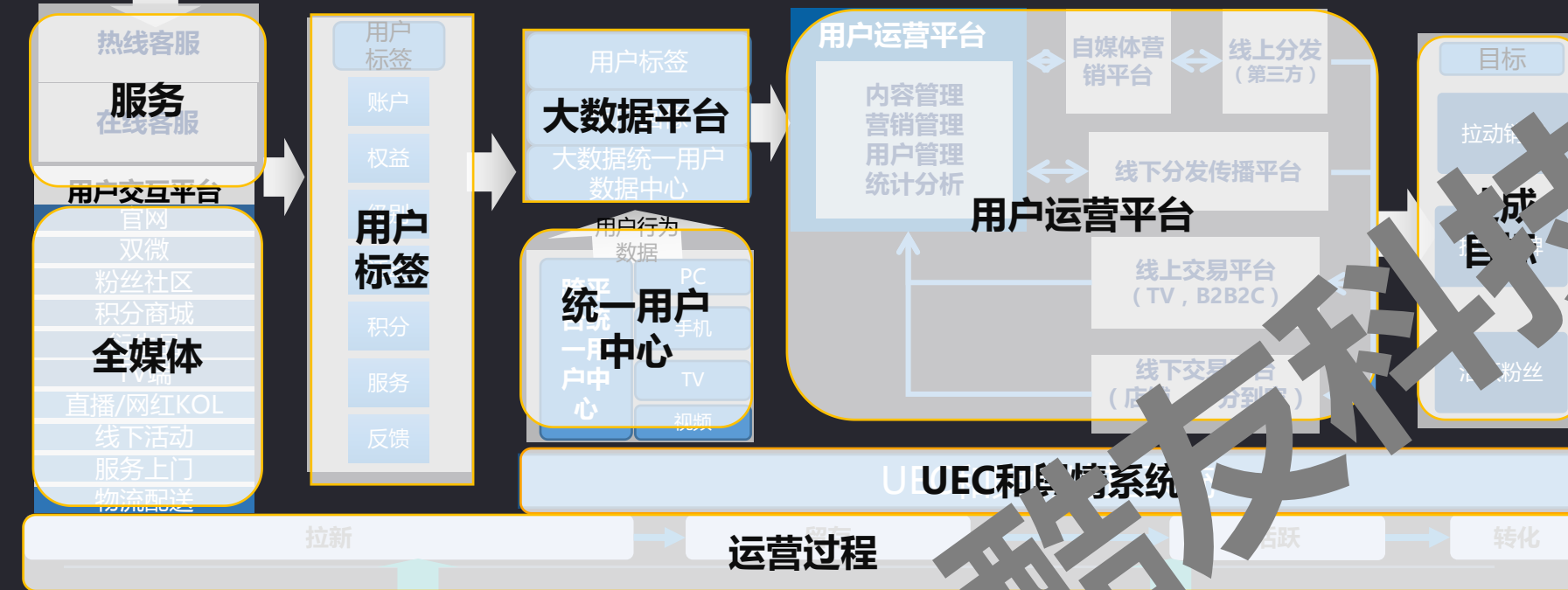
全媒体交互



用户触点



职能地图



业务规划层：

用户交互设计

客户体验策略

客户服务规划

服务销售规划

数据业务

过程监控和改进

全媒体用户互动体验业务-大数据精准营销

kuyu

1

2

3

4

5

6

TCL大数据

获取用户

数据抽取

数据加密

数据上传

数据交换

标签返回

.....

提取TCL老用户
交换用户标签

标签梳理和匹配

数据获取

数据拉通

短期标签

用户购买倾向

长期标签

模型匹配

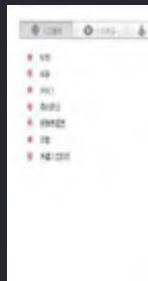
更新入库

高高低中

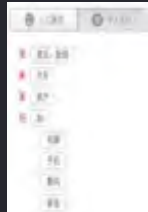


给用户打标签

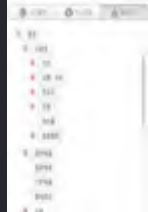
人口属性



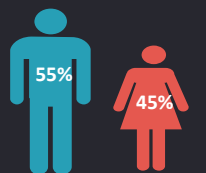
个人关注



购买倾向



用户画像



TCL电视用户 性别比例



TCL电视用户所在人生阶段

孕期29%

家有0-1岁小孩19%

家有初/高中1-6岁小中生15%
孩8%

精准营销

购买电视权重

购买冰箱权重

购买空调权重

购买小家电权重

根据自身标签对应权重进行投放，权重得分不投。

数据可视化





酷友科技

全媒体用户互动体验业务-粉丝转销售

kuyu



结合会员特权，举办每月一次铁粉日活动、每周一次疯狂星期四活动，联合天猫、京东、官网，进行推广引流，帮助转化销售。

每月固定举办铁粉日

举办活动69场，转销售活动8场，曝光量2.5亿+；讨论量：29.6万，转化销售1476.7万，联合品牌40多家，活动增粉30.5万

铁

每月28日

TCL铁粉日

100



T

疯狂星期四

共举办10次疯狂星期四

PV : 23万 ; UV : 6万

100



TCL全球铁粉节

铁粉节是TCL建厂日，为了感谢粉丝们一路的支持与陪伴，TCL每年都会在这一天为铁粉举办狂欢派对及铁粉答谢活动。

“铁粉”是对TCL粉丝的简称，是一群“想出色、爱生活、敢出彩”的人。他们中有喜爱TCL，了解TCL的超级铁粉；有爱玩机、爱搞机的技术牛人；也有有激情、乐分享、爱交友的社交达人。在铁粉节这一天，他们聚集在一起，共同庆祝TCL的生日。

第三届铁粉节效果：

A

直播观看人数88.6万

B

直播点赞191.2万人次

C

现场参与铁粉602名，历史之最

D

新增粉丝78万人



营销中心双十一营销案例

kuyu



2016 双十一 “挑T节” 曝光量3.6亿+
#挑对象一样挑好货# 微博话题阅读量 4804万+ 视频播放量550万+ 全网销售额 10亿

找对象

情感类KOL长图文吐槽奇葩前任



找对象

TCL大品牌日-迪丽热巴直播



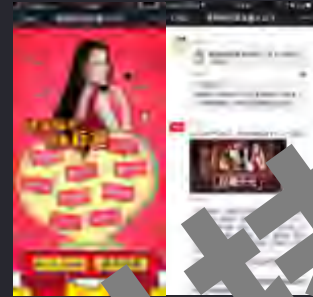
挑对象

趣味街头采访吐槽奇葩对象



挑对象

迪丽热巴朋友圈大公开 H5



挑对象

手绘创意产品海报预热 现货直播



送对象

大象直播事件



送对象

双十一战报



送对象

双十一战报后续发酵及专题深度分析



营销中心京东大牌日营销案例

kuyu

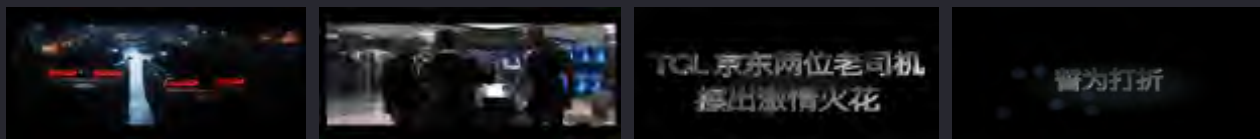


与新片《速度与激情8》完美结合，微博#老司机激情车阵#话题
阅读量**6427万**，共**58家**企业蓝V参与互动，**销售完成率125%**



发起话题预热事件

视频播放量：4万次



预告视频
预热铺垫



蓝V助力
爆发，创意
延展

借势引流，产品曝光



营销中心 2017年TCL618 T馆节



kuyu

618期间，全网销售额突破12.2亿，微博#大咖价到#话题量突破1.1亿
互动量达到1406万次，曝光量达3.6亿

#大咖价到#
明星大咖联合
营销



明星大咖与高管联合直播



鬼畜视频



大咖故事说

十分到家入户渠道的营销

kuyu



B端业务



C端四大重点业务

家电清洗

手机维修

数码回收

水电洁具

S入户销售业务

附件及其他

TV附件、家电伴侣
灯具照明、服务装备

热门产品

四大品类、3C数码

家电延保

TV延展保修、
冰洗延保、全家保

双净产品、生活电器



口碑：服务满意度



清洗行业口碑第**1**名

入户**400万**次

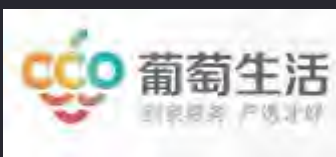
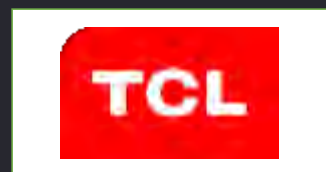
5500万销售

估值**50亿**RMB

溢价**17**倍

一致认可

合作企业



酷友科技

线上 / 线下一体化

业务应用

5P一体化					订单驱动供应链模式	创造增值收益	提升运营效率
产品	价格	渠道	促销	用户			
1.产品, 全渠道全产品线	1、线上 线下同价	1、订单网 格还原 2、异业渠 道联合	1、一体化 的营销策 划及传播 推广。	1、统一用 户经营 2、统一运 营规则	1.经销商在TCL官网自主采购； 2.零售信息采集及库存可视、可用； 3.基于订单驱动的销售预测模型 4.加快经销商的库存周转。	1、混业开票 2、入户服务增值 3、会员收益 4、内容收益 5、广告收益	<ul style="list-style-type: none"> 运营效率提升：实行合伙人制度，降低人力成本，提升前端业务效率； 财务效率：物流、资金流、信息留打通实时核算 决策和执行效率： <ul style="list-style-type: none"> 1.通过系统简化业务员商务职能和工作量，提高效率； 2.通过系统政策直达经销商，减少中间环节，提升效率； 3.通过垂直电商系统实现数字化运营，提高决策效率；

平台基础能力

物流建设

- 1、市 / 县 / 乡123的物流配送时效
- 2、仓库的电商化作业能力
- 3、宅配能力
- 4、反向物流能力

服务提升

- 1、送装调一体化能力
- 2、商返机可视化管理能力
- 3、服务网格化能力
- 4、实时的在线电子保单管理

金融支付(汇融通)

- 1、B2B业务的在线收款解决方案。
- 2、线下承兑汇票解决方案 (T票通)
- 3、线上发信解决方案 (T微贷)

IT能力 (垂直电商系统、大数据平台、用户管理系统、物流系统、服务系统)

线上线下渠道一体化业务方案

kuyu



项目简介

帮助经销商转变思路，以用户为中心，打通线上、线下和入户渠道，通过招募合伙人，进行联合推广；聚焦产品，节省成本；合理定价，提升利润；O2O一体化促销活动以及线上线下持续性用户关怀，构建用户全触点新零售体系，提升用户体验，最终实现对用户的精准营销，提升终端销售能力。



A yellow square frame with a thick border, partially open on the top and right sides, framing the text.

THANK YOU

