

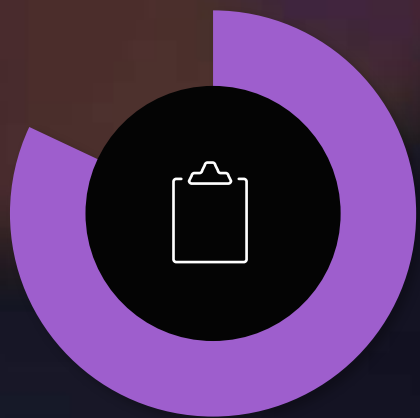
# 数据+场景

拥抱数字化转型期的变与不变



数字化转型期，我们看到的变与不变

## 首先分享三个数字

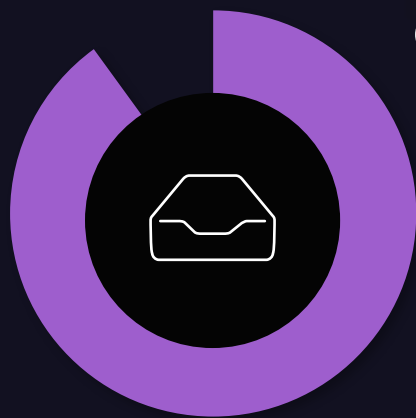


82%

### 消费者移动化程度高

2016年“双11”阿里零售平台无线占比82%，远超美国“黑五”无线占比36%。

——阿里研究院

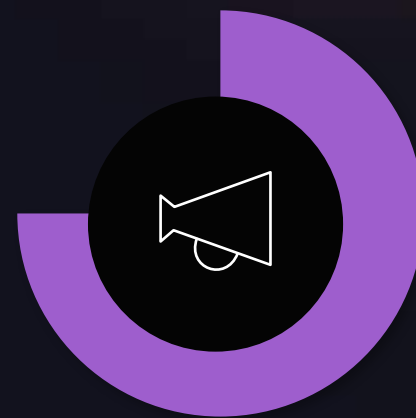


90%

### 打造全新客户体验

90%的全球公司将竞争重点放在**客户体验**上。

——Gartner



75%

### 个性化沟通

75%的客户渴望企业能用**个性化信息**与其沟通。

——Forrester

# 数字化转型期 营销的巨大改变

From

To

渠道为王

用户中心

新客获取

会员维护

线上线下割裂

线上线下融合

粗放营销

个性化营销



# 品牌主，你的营销思维变了吗？



品牌商必须实现以**客户**为中心，以**科技**为渠道，以**数字化**为主线的转型

时时变革的商业数字时代，什么是**不变的**？



回归营销的本质：挖掘会员生命周期价值 **忠诚度**

# 一起来看看这家把忠诚度融入血液的企业

每年  
营收增长

6%

每年会员费  
与销售净利相当

26亿

会员续费率

90%

会员平均每年  
购物次数

11.4

这家公司就是美国最大的连锁会员制仓储量贩店



# Costco为何顶住了电商冲击，逆势而上？为会员提供最低的价格+最好的商品

营销策略：低成本运营+完善的生命周期





在风起云涌的变革浪潮里，  
专注会员营销十几年的Webpower，致力于

用 **“数据+场景”**，助力营销者深度挖掘会员价值

# 数据，是忠诚度营销的能源和决策依据



# 整合各渠道用户数据，将“冷数据”转化为“热数据”

**O**

## 订单相关数据：

订单总量，订单金额，  
来源渠道，下单终端

**C**

## 会员相关数据：

会员ID，自然属性，  
行为属性，会员积分

**F**

## 粉丝相关数据：

粉丝ID，自然属性，  
行为属性

**P**

## 商品相关数据：

商品ID，商品品类，  
商品价格，对应积分

线上渠道 线下门店

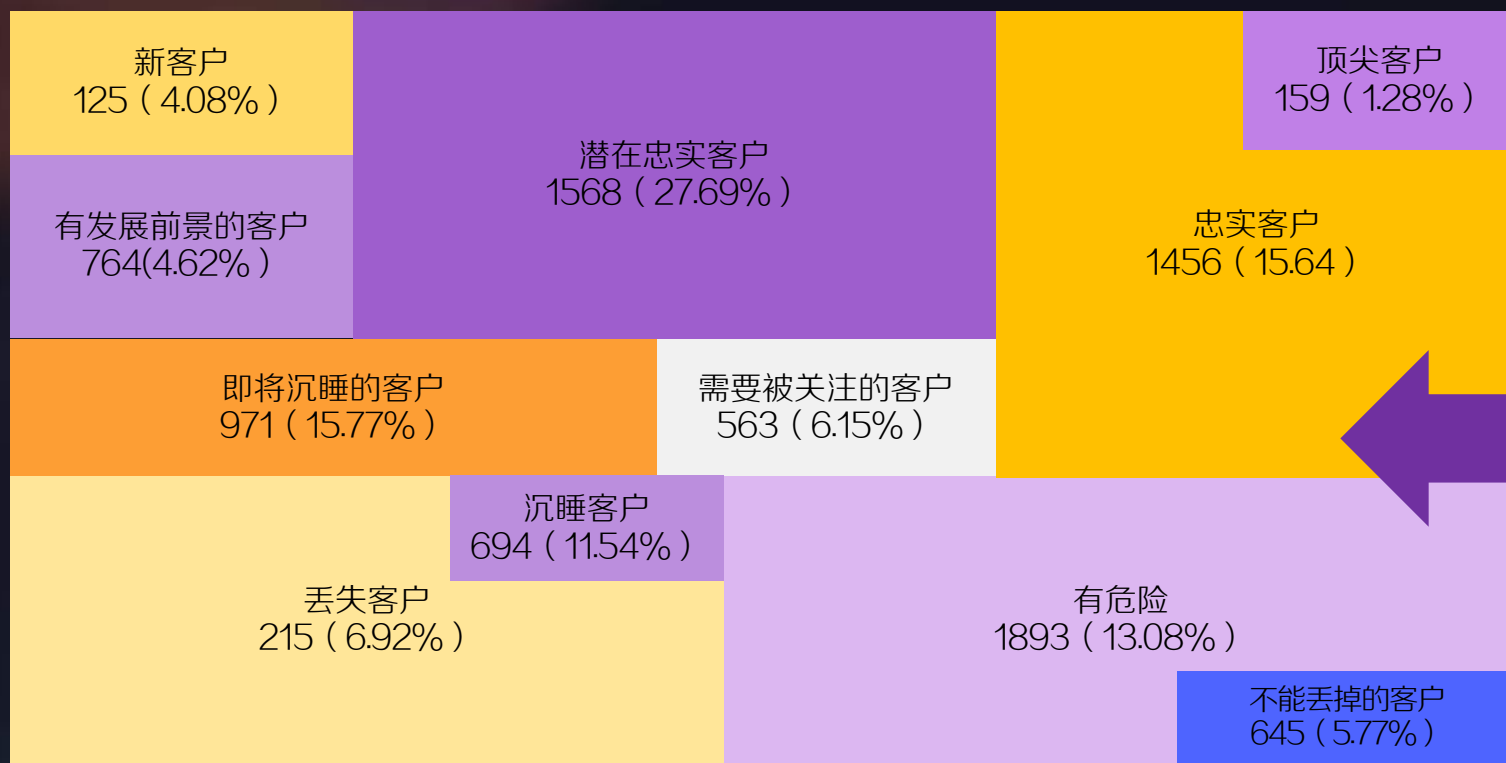
数据  
中心池

# 从金字塔用户评级中，轻松识别高价值用户

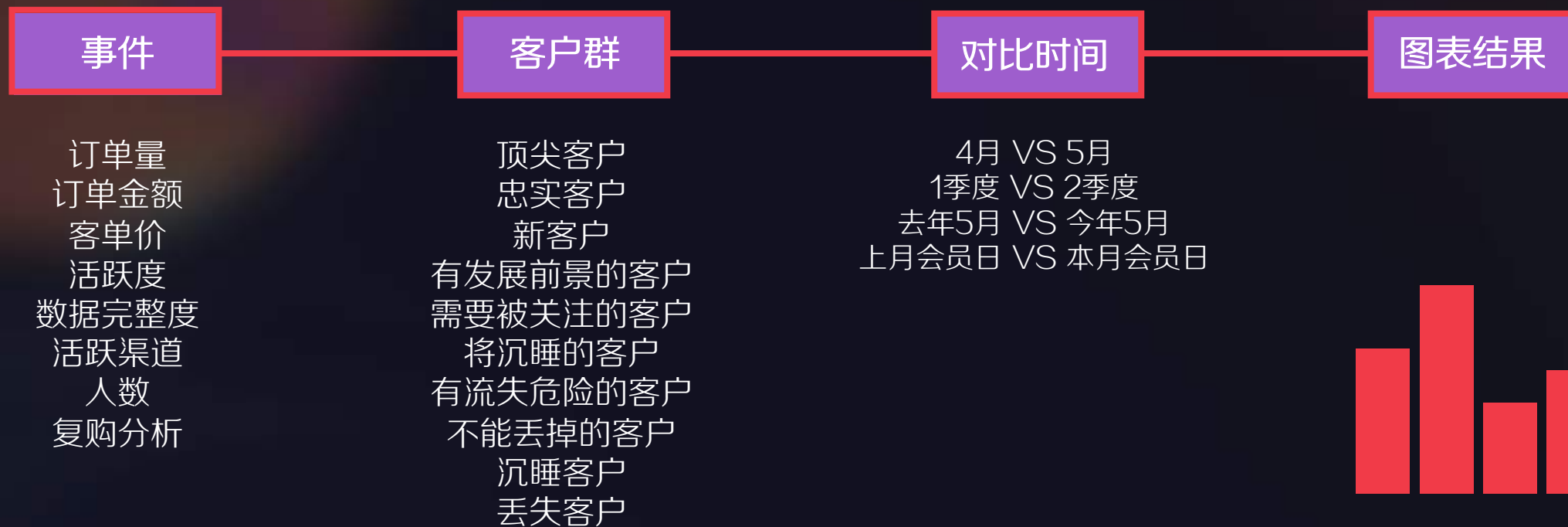


## RFM模型助您判断客户长期价值，支持决策

后台每日更新所有会员的RFM 分布（11个细分客户群）



# 基于不同维度，筛选不同客户群，不同对比时段，进行多维用户分析



场景化，打造极致用户体验，牢牢抓住您的客户

正确信息

正确场景

正确客户

# (一) 初阶应用：构建自动化的多渠道旅程

自循环的用户生命周期，或是快速策划的营销活动，都OK

The screenshot displays the 'JOURNEY' automation marketing platform interface. The top navigation bar includes '自动化营销' (Automated Marketing) and '旅程' (Journey). The main content area shows a campaign titled '冬季多轮促销活动' (Winter Multi-round Promotion Activity) with a status of '未开始' (Not Started). The campaign is visualized as a timeline from December 15th to 25th. Each day's activity is represented by a card showing a promotional message, a scheduled time, and the communication channel (Email or WeChat). For example, on Dec 15th, an email is sent at 11:00, and on Dec 17th, a WeChat message is sent at 08:00. The interface also includes a sidebar with '旅程概要' (Journey Summary) and '旅程名称' (Journey Name), and a bottom bar with '添加旅程任务' (Add Journey Task) and buttons for '发送邮件' (Send Email), '发送短信' (Send SMS), and '发送微信' (Send WeChat).

自动化营销 > 旅程列表 > 新建旅程

旅程规划 (未开始)

更多操作 ▾ 保存并退出 开始旅程

旅程概要

旅程名称  
冬季多轮促销活动

累计发送  
✉ 邮件 -  
💬 短信 -

起止时间  
● -  
● -

创建  
Jesper 2016-1-15 15:00

更新  
Jesper 2016-1-15 15:00

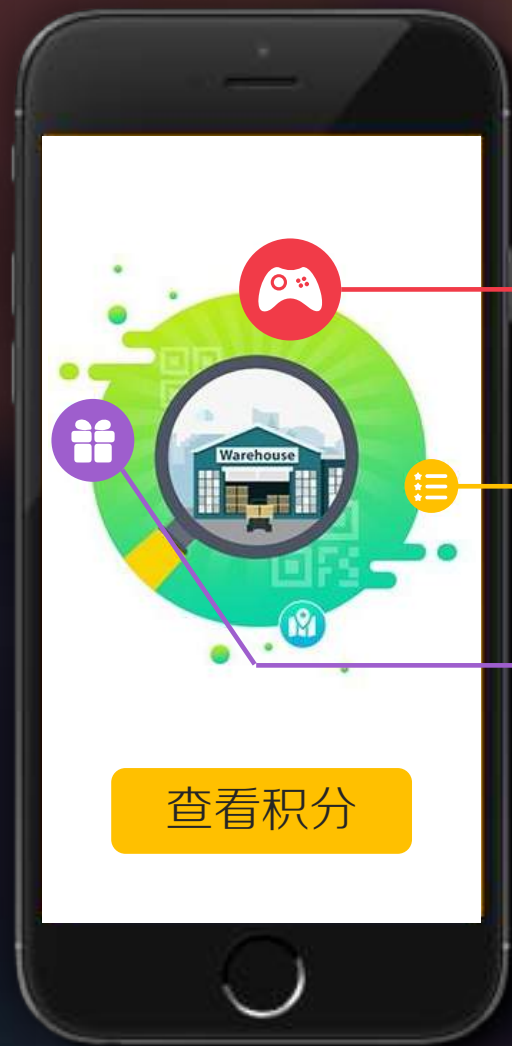
日期	时间	内容	渠道	联系人组
12月15日	11:00	要颜值，也要实惠	邮件	5个联系人组
12月17日	08:00	好久不见，8.8折优惠券@你，就在账户中！Tory Burch、LV、CPB及雅诗兰黛等大牌全场0.5折起，还有Penhaligon's兽首香水、Schott Davis米兰达可儿联名款羊绒衫等限量商品~	微信	5个联系人组
12月20日	15:00	好久不见，8.8折优惠券@你，就在账户中！Tory Burch、LV、CPB及雅诗兰黛等大牌全场0.5折起，还有Penhaligon's兽首香水、Schott Davis米兰达可儿联名款羊绒衫等限量商品~	微信	5个联系人组
12月21日	15:00	国家优选款	微信	5个联系人组
12月25日	15:00	玖熙、EQ:IQ等时尚大牌3折起联合开趴，用券购出今夜高潮。GRI集团钜献时髦又划算，错过今天等明年。回TD退订	微信	5个联系人组

添加旅程任务

发送邮件 发送短信 发送微信



## （二）趣味互动：小程序做MGM，引爆潜客与品牌的化学反应



互动游戏

好友排名

活动有礼

查看积分



品牌方  
微信公众号

# (三) 精准营销：推荐个性化的营销内容

用千人千面推荐算法，推送用户感兴趣的内容，就更完美了！

基于  
内容  
推荐



他买过



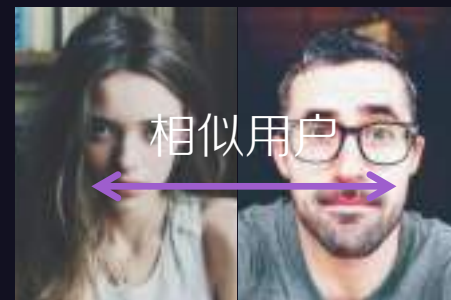
相似商品



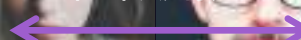
推荐给他



两人都买过



相似用户



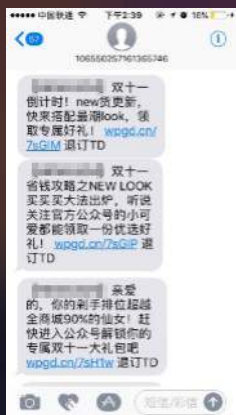
她买过，推荐给他

协同  
过滤  
推荐

# (四) O2O: 融合线上线下, 升级用户体验

线上活动, 线下领奖! 门店消费还有二重好礼!

预热短信, 提示到公众号绑定会员

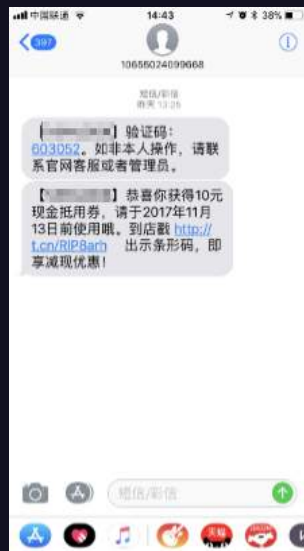


公众号同步推送相关活动



顾客A

获奖后短信提醒线下门店核销



用户到店领奖, 导购核销



导购根据客户喜好推荐单品, 下单再获抽奖



## (四) O2O: 融合线上线下, 升级用户体验

线下消费, 线上注册! 专属导购持续跟踪沟通~

线下消费



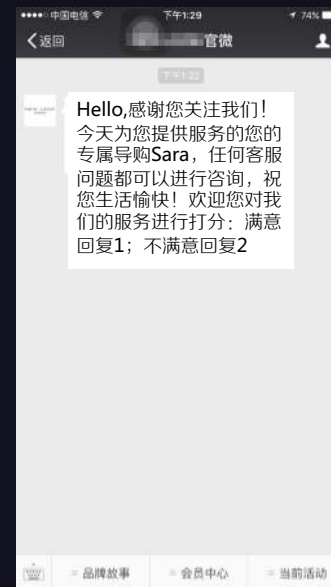
扫描导购QR  
CODE



线上注册



专属导购持续沟通



定期推送会员活动



# (五) 高阶应用：玩转SCRM，占领移动端

## 绑定并激活会员卡（绑定手机号，邮箱，微信号）

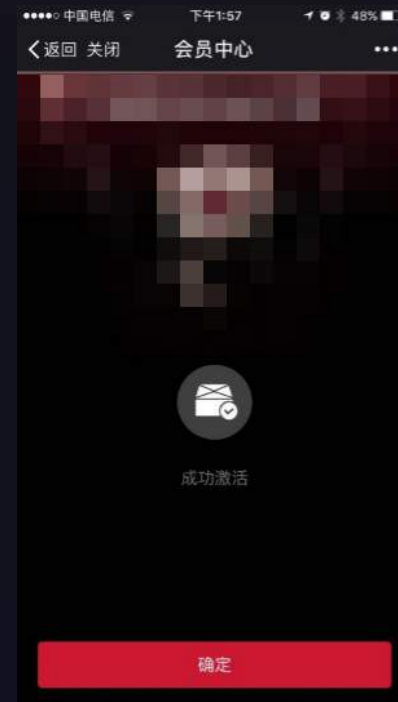
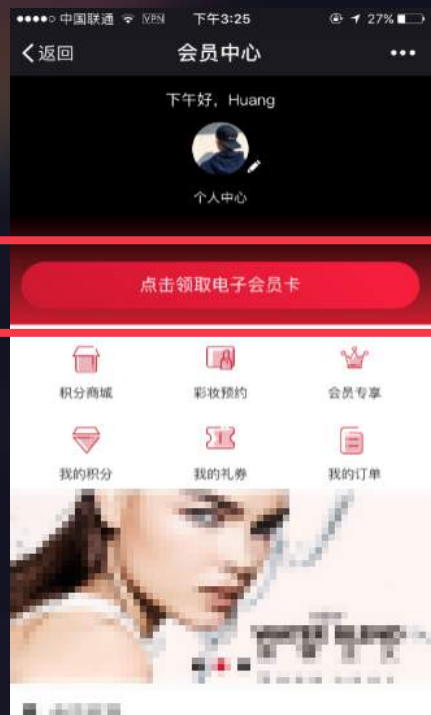
进入公众号  
点击会员绑定

未绑定会员可点击  
领取电子会员卡

激活会员卡

填写激活信息

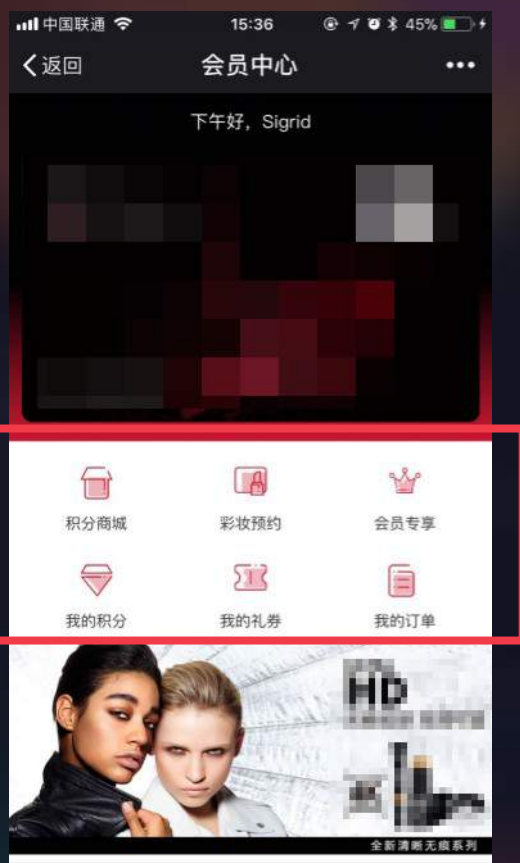
激活成功提示



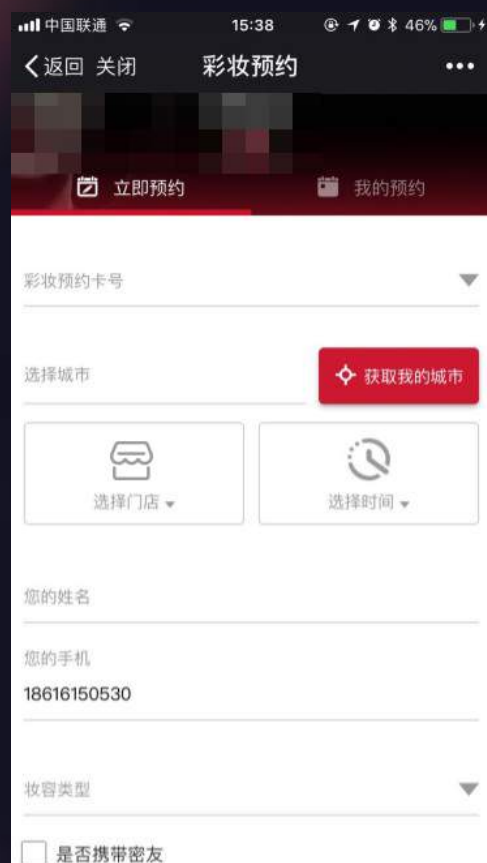
# (五) 高阶应用：玩转SCRM，占领移动端

## 彩妆预约引流线下，可带好友一同前往 (MGM)

会员中心页面



彩妆预约  
可带好友一同前往



会员专享好礼



查看礼券详情



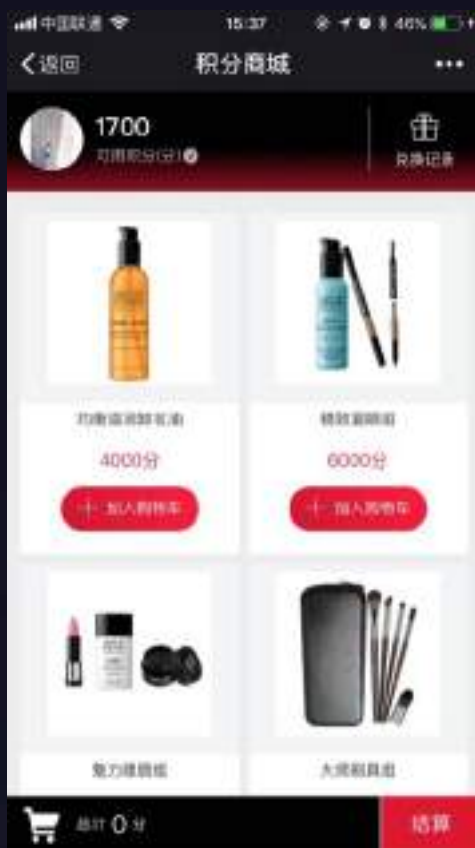
# (五) 高阶应用：玩转SCRM，占领移动端

## 积分兑礼，即时查看线上/线下订单信息！

查看：我的积分



积分商城兑礼  
快递到家或到店自提



移动端实时查看  
线上订单&线下订单



我们从未停下脚步  
Customer Journey Never Stops

千人千面内容推荐

自动化多渠道旅程

线上线下无缝体验

小程序玩出大花样

SCRM拥抱移动端……



# 和品牌主一起探寻新的可能性

We keep on exploring

助力2850品牌客户，深度挖掘其会员价值



个性化智能推荐引擎



自动化营销引擎



社会化客户关系  
管理系统



邮件营销



短彩信营销



微信营销

# Thank You

