

零售疫下“众生相”，不确定性下的布局，奠基确定性增长

产品名称	零售疫下“众生相”，不确定性下的布局，奠基确定性增长
公司名称	东莞市微三云大数据科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	东莞石排瑞和路一号
联系电话	18002820787 18002820787

产品详情

疫情已经可控化，各行各业逐步进入复工复产。回顾过去两个月，虽然面临门店停业、商场停摆的零售企业承受了巨大的压力，但与此同时，也大大加速了数字化进程，尤其是数字化布局早、根基深的企业，无论是抗风险能力还是销售规模上，都有明显提速。

为此，微盟盘点了合作商户中，美妆、鞋服、家装、食饮等零售行业疫下“众生相”，总结了6大逆势增长的可行性策略打法，供大家参考。

数字化基建提早布局

破解疫下增长困境

疫情的“慢行键”打乱了很多零售商家原本的节奏，但经历了2020年疫情后，众多企业已开始积极拥抱数字化变革，将经营重心转向线上线下结合，打造全渠道一体化经营。得益于早期的数字化基建布局，在此次疫情困境之下，企业通过小程序、企业微信、视频号直播等数字化工具得以降本增效，稳步提升发展韧性。

解锁社区团购小程序 快速聚拢分散客群

作为上海市宝山区重点保供企业，在原有渠道失灵断裂、客群分散的情况下，汉康公司为了让广大市民在封控期间仍能购买到新鲜的豆制品，除了每天继续为美团、叮咚、盒马等保供平台提供产品外，汉康公司还借助微盟上线团购小程序，并推出60元和69元的套餐包，安排专人专车配送至小区。据了解，4月份以来汉康为近200个社区、2万多人提供线上服务，累计服务2500多个小区，覆盖40多万市民。

汉康小程序官方商城

小程序+社群定向运营 两周GMV破50W+

微盟商户上海日冷食品有限公司(简称：爱福叮厨)是一家以出口日本为主的冷冻方便食品的名速冻食品品牌。疫情期间，爱福叮厨依托微盟小程序商城，设置团长开团、团购商品、活动时间、提货时间、

提货地点等信息，正式开启社区团购模式，由团长将小程序直接分享到社群中，社群成员跟随团长开团信息下单即可。同时，为了拉进品牌与消费者之间的距离，爱福叮厨还在团长群、区域群、小区团购群等多群配备专业化客服，提供售前售后服务，提升品牌信任感。据了解，疫情期间爱福叮厨借助小程序商城上线抗疫套餐团购活动，两周GMV突破50W+，实现疫下业绩井喷式增长。

爱福叮厨小程序官方商城

直播+企微高效触达 分仓发货缓解物流压力

疫情期间，为了保证停业不下线的运转模式，林清轩首先让封闭在家的导购通过小程序做线上直播，上海客户以“闪送”形式发货，其他地区客户采用就近分仓发货的方式有效缓解物流压力;其次为了提升会员复购率，林清轩还借助企微加强私域运营，高频触达持续发展“老带新”。据了解，4月疫情期间，在上海的24家门店停滞状态下，林清轩却实现了全渠道业绩同比逆势上涨12%的佳绩。

林清轩小程序官方商城

随着上海疫情防控形势逐步好转，林清轩的复工步伐也在加快。目前林清轩小程序已上新618Top榜单和直播间618套组随心挑栏目，积极迎接618消费回潮。同时在沪所有门店也在积极筹备复商复市，满足线下门店顾客的采买需求。

小程序分销推广 打响守沪战役

作为国内本土快时尚品牌，热风基于微盟小程序推出“好物推广大使「限时招募」”令，推广者通过将热风微商城小程序中的商品以下载海报分享或直接分享的形式发给好友或群聊，从而获取佣金。此外针对上海门店，热风在疫情期间特别推出“守沪**大礼包”，小程序内1元购买即可获得多张优惠券，可去线下门店核销，为复工复产后的消费回潮打下基础。

热风小程序官方商城

面对上海疫情防控形式的逐步好转，为积极备战复工后的618大促，热风除了针对特殊款商品提高好物推广大使的佣金比例之外，还将通过企业微信一对一预热活动开场，并以公众号头条推文结合社群每日20组活动素材预热推送，全面触达和激活私域用户。

终端导购针对性赋能

逆境之下寻找破局点

除了落实数字化基建之外，如何“把导购的心态提起来，让品牌的策略沉下去”同样成为疫情期间商家困扰的问题。导购是品牌*直接面对消费者的**线，作为公私域的“流量抓手”，终端导购的发力对“会员复购、拉新促活”尤为重要。

盘活导购私域流量池 14天售卡3090单

与上海疫情同频，处在北京的生活家团队也由于疫情封闭管控进入了闭店停工的状态。但据北京生活家公开信息显示，疫情期间北京生活家通过线上售卡的方式，在短短14天内就售卖了3090张会员卡订单。

生活家小程序官方商城

同以往门店等客传统销售不同，此次生活家采用了化被动销售为主动营销的策略，充分调动终端导购的力量，以9.9元会员卡作为敲门工具，以约2个月的时间为销售转化期，精心整理话术，让门店导购与朋友圈里的设计师、工长、异业人员取得联系，充分发挥导购“流量抓手”的作用。同时针对导购触达过程中所遇到的销售瓶颈问题，生活家团队会每天通过会议进行分享和总结，逐一击破。在半个月的推进和坚持下，*终销售3090张会员卡订单，并裂变出约300位新的销售体系会员。

工具+意识升级，赋能导购数字零售力

作为在服装领域率先布局数字化的**，GXG以导购为核心抓手，连续两年打造出“超级导购”直播带货，以终端之力高效构建品牌私域运营体系。疫情期间，为了让加盟商、直营店等门店导购迅速适应数字化时代的运营节奏，GXG总部单设内容团队，并结合区域的特点针对性提供个性化服务，提升用户的粘性。

GXG小程序官方商城

GXG品牌导购称：“特殊时期之后，我们线上线下两手抓，注重老顾客维护和线上开拓。因为特殊时期影响，仅依靠线下是不够的，总部和店长都会要求导购做直播、做社群运营、用微盟商户助手里的素材做推广。”在微盟团队协作下，GXG目前已基于小程序布局私域直播形成了拥有品牌内容、实时互动、产品导购以及各个门店自播的营销转化闭环，直播带动的私域业绩增长已成为品牌全渠道业绩的一大增量。

数字经济正在成为传统经济转型升级非常重要的驱动力。多年来，在陪跑企业数字化转型升级的过程中，微盟也构建了自身的数字化业务和商业能力，包括：精准营销、广告投放能力，SaaS工具和技术能力，及业务运营操盘能力。

为帮助企业加快复工复产进程，微盟在上海疫情期间也同步启动了“数造零售好物·第三届616微盟零售购物节”，携手超百家零售品牌，开展丰富的好物促销活动，为零售企业的复工复产的销售业绩提前筹划，促进消费回补释放消费潜力，驱动零售企业实效增长。同时，微盟还将投入重磅奖金和多重专业资

源举办“数造零售大赛”，帮助零售企业打造一支精锐强干的数字化操盘团队，以摆脱疫情带来的影响

。

未来，微也希望以企业数字化转型**合作伙伴的角色，持续助力正在践行数字化业务的企业，实现业务的可持续性增长。