

# 鄂尔多斯、暇步士、来酷等品牌荣获微盟2022数字化策略实践

产品名称	鄂尔多斯、暇步士、来酷等品牌荣获微盟2022数字化策略实践
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

2022年6月8日下午，“微盟2022数造零售方案评审会”圆满落幕。自2022年5月10日第三届616微盟零售购物节启动以来，微盟通过培训指导、实战演练等多种形式，帮助企业实现团队数字化能力跃升。经过两周时间PK，参赛品牌都取得了不错的成绩。

此次评审会，微盟特邀请《企业数字化转型指南》《新零售落地画布》作者喻旭先生、微盟智慧营销事业群私域增长中心总经理杨珏慧女士，以及微盟私域运营专家团队、微盟智慧零售数字终端运营负责人昌圣恩先生三位专家评审在线点评，与品牌一起携手共创零售数字化操盘思路和实战方法。

在历经初选、初审、方案汇报、终审等数轮环节后，微盟\*终评选出鄂尔多斯、HushPuppies暇步士、来酷科技、hotwind热风、统一企业、哈森等6家品牌，荣获微盟“2022数字化策略实践\*\*奖”。

## 鄂尔多斯

在此次616微盟零售购物节-数造零售大赛中，鄂尔多斯以应季引流、基础爆品打造、存量会员激活、会员拉新等为目标，主办以【典藏甄选，五月礼遇】为主题的活动。

1.蓄水期：朋友圈+会员社群私域推广，进行直播间活动预热;公众号活动推广，小程序链接主推爆品。

2.预热期：发放无门槛优惠券，为爆破期的销售转化进行蓄能;为高价值会员推送专属优惠券，激活和深挖会员价值;首页开屏推送优惠券及活动，促进加购转化;直播邀约及推广，提升直播转化率。

3.爆破期：利用爆品商品组合“高价值大衣+经典羊绒衫爆款+引流应季款”开展梯度满减活动，提升客单价和连带;消费有礼，推送复购券促进高价值顾客提升复购率和客单价，两场“快闪”直播，配合直播间发券和抽奖，促进短频高效转化。

## HushPuppies暇步士

此次616微盟零售购物节-数造零售大赛中，暇步士数字化操盘团队聚焦品牌目标受众，以自主造节的形式打造了一场主题为【520宠粉狂欢夜直播】的私域直播活动，\*终实现20个爆款销售达成率310%的好成绩。

1.线上线下联动，全域引流蓄水：联动华北、华中、华东三大区域线下\*\*门店参与活动，实现线下引流的同时带动全盘生意;此外，为提升门店导购活动参与的积极性，暇步士数字化操盘团队通过有奖激励和完善的内容中台赋能，大幅提升导购的参与度和作战力。

2.智能数据辅助，科学选品销量倍增：为提升直播商品的吸引力，暇步士参考电商平台及终端销售数据，结合品牌实际情况，制定科学合理的选品规划及价格策略。

3.阶段式活动推进，踩准节奏跨越增长：整场营销活动分为蓄水、预热及爆破三个阶段，蓄水期以存量会员激活、裂变拉新为目标，通过0元团520元券包的福利，将新老用户引流沉淀至品牌社群，为后续活动爆破储备种子用户;预热期以预先锁定交易为目标，通过微信公众号、社群等渠道推送定金膨胀(5元抵200、10元抵400)福利，吸引用户支付定金提前锁定交易意愿;爆破期则开启连续7天的日播，并通过签到前500名送暇步士定制款环保垃圾袋礼盒、购物满1000元送小巴无线榨汁杯、直播秒杀等活动带动直播间的销售转化。

来酷科技

2021年，来酷科技更加关注私域运营体系的建设、线下门店快速扩张、覆盖71座城市，382家门店，利用多元OMO全时全域整合营销协同线上平台和多种线下体验场景共同发展，全面部署销服一体，升级智慧零售业务模型，目标客群日益年轻化，当年营业收入即达到百亿元人民币。

在此次616微盟零售购物节-数造零售大赛中，来酷科技以挖掘私域价值、提升疫情期间门店销售、增强品牌粘性为目标，以【酷同心，共战疫】为主题的活动。\*终实现105.6万销售收入，超额完成目标。来酷智生活小程序在5月份GMV突破4300万，月活50万+，新增客户27万+，复购率66.31%，下单支付转化率91.62%

1.选品贴合疫情当下消费者的实际需求：针对居家场景，聚焦办公人群、学习人群、养生人群、健身人群的实际需求，选择合适的数码产品及生活好物。

2.活动分为蓄水、预热、爆破三个阶段：每个阶段的目标各有侧重，蓄水阶段主要采取社群推广、门店推广等营销方案，核心目标是存量会员激活和裂变拉新;预热阶段主要采取抽奖送福利、专属优惠券等营销方案，核心目标是提高日活、预先锁定交易;爆破阶段主要采取优惠券推送、视频号/门店/线上同步推广等营销方案，核心目标是商品促销、收割流量。三个阶段触达人数分别为189万、125万、140万。

3.营销玩法丰富多样：包括抽奖送福利、专属优惠券、爆款限时折扣、抽签购、超值砍价购、好友拼团购等。

4.推广形式多样：主要包括导购推广、社群推广、公众号推广、商城大屏推广、短信推广、广告投放等。

5.培训针对门店导购和平台管理人员：内容包括营销活动宣发、导购激励政策、推广素材讲解、活动执行标准、导购成单话术推荐。

hotwind热风

快时尚品牌热风聚焦流量、变现、运营三大链路，以全渠道联动、渗透式营销、精细化运营的经营策略开启品牌私域业态的布局。为高效推动私域布局，热风集结一支在社群、内容、直播、会员及商城等版块具有丰富经验的队伍，岗位全面、分工明确的数字化操盘团队让热风的数字化转型步伐更为坚实。

此次616微盟零售购物节-数造零售大赛中，热风数字化团队以【520爱ta就购了】为主题，策划了一场2022年春夏商品促销活动，业绩达成率突破150%。

1.商品在线分销，扩大销售网络：预热期利用分销网络进行全网推广，通过提高爆款佣金或开单奖励等，提升分销人员积极性，带动交易转化。

2.社群分享种草，精细运营助力转化：活动期间，热风社群运营团队每日都会在福利群、直播群、IP群等不同品牌社群推送促销信息，有效提高爆款转化，同时精细化的运营也带动了社群的活跃和留存。

3.多渠道推广，海量曝光业绩增长：活动爆发期，热风通过公众号软文、搜一搜官方区、支付宝、微信

视频号等渠道进行活动推广，广泛覆盖海量用户，提升商品的浏览加购，助推业绩增长。

## 统一企业

早在6年前，统一已经开始全面进行业务数字化转型，时至今日，所有业务拜访门店的系统以及推广系统，财务结算系统全部进行了线上数字化的对接。自牵手微盟布局私域建设以来，统一不断完善组织架构，将处于数字化前端的华东区市场传媒部改造成为了私域运营部。

在此次616微盟零售购物节-数造零售大赛中，统一以爆款商品打造、爆品促销、存量会员激活、新会员拉新等为目标，主办以【FUN肆吃，大胆爱】为主题的活动。

1.选品组合拳，契合活动主题：结合517(我要吃)和520(告白日)两个营销节点，通过美食和爱的活动主题以速食类产品为主打造商城节日氛围，选品包括引流款产品和爆款促转化产品。

2.活动分为蓄水、预热、爆破三个阶段：每个阶段的目标各有侧重，蓄水阶段主要采取拆礼盒营销插件，核心目标是存量会员激活和裂变拉新，期间总参与人数是13087;预热阶段主要采取砍价营销插件，核心目标是提高日活、预先锁定交易;爆破阶段主要采取全场爆款福利营销方案，核心目标是商品促销、收割流量。

3.针对不同的人群采取不同的推送方式：预热期宣发主要采取公众号推送、裂变时期主要采取社群推送、引爆期主要采取朋友圈推广。

哈森

616微盟零售购物节-数造零售大赛初赛阶段，时尚鞋履品牌哈森在5月10日启动了为期一周的【520放肆爱自己】营销活动，通过联动华北、华中以及华南三个大区的10多家优秀门店，实现全渠道销售，\*终120%超额达成目标。在整体活动方案的设计上，哈森数字化操盘团队从活动选品、营销设计及导购激励上三方面进行了重点布控。

1.多样化商品风格，适配多年龄层消费需求：在选品方面，考虑参与门店区域跨度较大，为兼顾各个年龄层的客人，哈森数字化操盘团队通过选择多样化风格的商品，适配不同客群的需求。同时以2021年-2022年春夏款鞋品作为主打，新品促销和库存清理两不误。

2.分享有礼裂变拉新，激活存量留存新客：在活动预热蓄水阶段，哈森数字化操盘团队通过开展分享有礼活动，以30元无门槛代金券福利激励会员分享活动页面，提升活动声量的同时带动新客流量增长;同时为留住新客户，哈森以入会有礼的活动引导新客开卡入会，大幅扩充品牌的私域流量池，并为后续的销售爆发奠定了基础。在活动爆发期，哈森通过“限时秒杀+加价购”的组合促销方式，有效提升商城交易量。

3.阶梯有奖激励政策，激活导购参与度：为鼓励终端导购积极参与到活动推广中来，哈森通过设置有奖激励政策，聚焦“会员绑定人数”、“推广访客量”两大指标，华北、华中及华南每个区域内的导购各自进行比拼，每个区域排名前三名的导购均可获得奖励，奖励金额按排名高低依次递减，有效带动导购活动参与积极性，活动效果大幅提升。

第三届616微盟零售购物节自举办以来，通过能力培训、运营方案指导，从实战演练到执行落地，再从活动复盘和方法论沉淀，与企业携手共同推进数字零售操盘团队的能力建设。同时也希望给正在转型路上的企业及同行业的操盘手们带去业务开展经验和方法借鉴，助力企业建设数字零售基本盘。