

# 大数据时代下的酒业品类营销精准化？商业思维+软件开发服务+平台运营，微三云麦超分析

产品名称	大数据时代下的酒业品类营销精准化？商业思维+软件开发服务+平台运营，微三云麦超分析
公司名称	微二云信息技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广东省东莞市松山湖园区瑞和路1号2栋503室
联系电话	13929266321 13929266321

## 产品详情

大数据时代下的酒业品类营销精准化？商业思维+软件开发服务+平台运营，微三云麦超分析

前文引言：

微三云运营商学院：购买软件的坑之需求沟通不详尽 需求沟通不到位，在没有完全详尽沟通功能的情况下，进行报价，从而导致后续的设计过程以及开发过程中不断的返工，做出来的效果与预期相差太大。甚至会有纠纷，所以在前期要谋定而后动，把功能需求完全的详细化整理，出完整的功能方案并进行确定，一步步稳扎稳打，从需求确定，到设计确定，都至关重要。解决建议：考察对方的产品经理是否专业，付定金后能否能理解你的思路并做出满意的开发方案，如果不行，果断放弃找下家，不然后面够你头疼的地方多着呢。

“系统鸿沟”，大部分品牌企业缺乏数字化转型经验，不懂得如何搭建合适的数字化系统来支撑 DTC 转型。对于数字化转型，大部分品牌企业都有一段“摸着石头过河”的时期，一旦跨过这个时期就能驶入高速公路。此时选择有着丰富经验，能够相伴成长的数字化服务商是关键。微三云服务的品牌企业里，最长的合作时间已经长达十几年，双方其实已经进入到了互相学习，共同探索的阶段。此外，很多品牌企业对 DTC 模式有个误区，认为应该策划很多直面消费者的活动，获取更多的数据，完善用户画像，当然这也没错，但是品牌企业沉淀用户数据的价值不是在于“有”，而是在于“怎么用”。

品牌白酒牵手微三云，酒水企业借私域开启客户营销 + 模式设计

在以往的足球赛事中，啤酒某品牌独占/鳌头。近年来随着中国国力增强，以及中国文化在全球范围内的传播，白酒文化逐步受到全世界范围内的认可，激烈碰撞的足球赛事与醇香浓厚的中国白酒相遇，只为更加激发球迷看球的热情。

尤其是在2022年卡塔尔世界杯赛场，中国除了中国队没去，其他都去了。在世界杯的舞台上，相较于中国队而言，白酒企业似乎更努力出线，白酒逐渐反客为主走入世界杯赛场。

在此期间，包括洋河股份、泸州老窖等多家酒企推出了世界杯专属产品。此外，某品牌白酒也携多款酱香型主打白酒与您畅饮，共话世界杯足球盛事。

在某品牌白酒邀大家共话世界杯赛事的同时，今天微三云带大家一起洞察这家拥有悠久历史的酒业，是如何抓住数字化机遇，捕捉用户全新的消费需求，做好私域增长的？

## 一、某品牌背景

某某品牌白酒地处7.5平方公里核心产区赤水河上游，青山绿水之间，水质好，硬度低，微量元素含量丰富，土壤为紫色土，土质中偏微酸性。美丽的赤水河畔，风光宜人，环境优美，孕育了灿烂的中华酒文化。酒厂的上空漂浮着无数活跃的微生物群，从而形成某品牌白酒酒赖以生存的独特大气环境。

新消费时代的“新”，是人货场的全方位变革。白酒某品牌想要抓住行业增长机遇，抢占市场先机，势必需要解决新消费场景下

【想得起】和【买得到】的两大问题，提/高触达和转化的效率。针对这两大难题，「某品牌白酒」将目标锁定微信社交生态进行营销布局，携手微三云探索全新、高效的拉新和转化链路，通过布局微商城和小程序商城，以社交之巧力，收获到海量青睐与收益。

## 二、线上私域商城赋能酒行业

### 1) 公众号

关注「某品牌白酒」公众号后，在自动欢迎语中引导用户点击菜单栏“进入商城”直接下单。

微分销商城导航以及分销设置

## 2) 小程序+微商城开店 一店双核

某品牌白酒合作微三云微分销，同时部署了小程序商城和h5微商城，商品、会员、订单等数据互通，商城分布统一都是“首页”、“商品分类”、“购物车”、“企业客户”、“会员中心”五大模块构成。

某品牌白酒通过线上商城实现与新消费人群和场景的打通，在商品分类中，某品牌通过设置商务用酒、经典系列、虎年纪念款、企业定制酒、员工礼包、提货卡专区分类，贴心地帮助用户快速选择适合的酒品，持续挖掘用户消费意愿。

某品牌白酒线上商城支持同城配送和上门自提，让培养周边客群日常消费习惯，对某品牌更熟悉。客户对某品牌的熟悉度加深还有另一层好处：在有节日送礼需求时，会优先想到“某品牌白酒”。而且，不管是线上还是线下消费，都有购买渠道，客户就会主动找过来。

## 3) 视频号

结合线上小程序商城，「某品牌白酒」也进一步将公众号、视频号实现了触达、沟通、转化的一体化全链路经营闭环。也将某品牌资源优势充分放大，助力用户深度沉淀，为用户提供更加近距离的交互。在视频号「某品牌白酒」的主页内设置福利官「白雨灵」的企微，引导进入小程序商城。

## 三、私域转化策略

某品牌白酒适逢传统节日、大促营销节，商城内会上线特惠福利给到消费者，如“满赠”、“秒杀”等营销活动。

某品牌白酒还会定期上线包装回购返利活动，并且可以在下次购买对应商品的时候抵现使用，一方面降低了包装生产成本，同时又提/高了消费者二次回购率，达到了低成本高转化的目的。

某品牌白酒小程序/微商城除了通过上线各种促销活动提/升商城流/量转化外，还在商城内招募分销商、代理商，用户购买指定礼包即可升级为商城VIP，或者充值指定金额升级会员等级，在自营的同时，发动更多的人一起共同创业，还无需承担发货、物流等问题，为商城带来更多销量。

在白酒商品之外，某品牌白酒把低客单、复购高的生活用品：如U型枕、雨伞等引入到线上商城，再通过上线签到打卡、萝卜精灵游戏、下单赠酒花（积分）等营销玩法，提/升客户的进店频次，同时酒花（积分）还能兑换该类商品。

## 四、总结

在传统酒类某品牌营销转型的今天，社交营销的有效运用，已经成为某品牌更好把握存量市场，不断扩充增量市场的不/二法则。而「某品牌白酒」深谙此道，基于微信生态下海量社交大数据优势，精准“把

脉”新营销市场，实现公私域流/量互通增长。微三云也将会持续深耕在微商城、视频号、直播等微信生态多领域探索更加多元、高效的全链路营销玩法，期望为酒业品类的营销提供一份出彩的范本。

小编介绍：

微三云集团 麦超：

毕业于广东中山大学，微三云信息总经理、微三云资源总监，微三云首席商业模式策划导师

本人在软件开/发和商业模式策划行业至今已经9个年头，累计亲自服务5000+客户，期待能帮你找到合适的软件，合不合作您说了算，我的服务您看结果，期待这次能帮到您！

公司：微三云集团（旗下子公司：微三云信息/微二云/微三云大数据/鸿云/商二/商六/莞云/莞带/莞链）

公司规模：公司经营已超12年，整栋5000平方写字楼，年营业额1~2亿，全职员工300人（全职开/发技术200+人），服务过百亿级平台超过30家，服务过创业平台超过20万家。

资/质：旗下3家双软认证企业，4家高新技术认证企业，1家专精特新认证企业，自主专利30多项，软著300多个

主营各种创新营销模式开/发，支持各种小程序商城，公众hao商城，原生app，DAPP功能定制！

地址：东莞市石排镇瑞和路1hao松山湖高新技术创新园B座整栋（负一层电梯直上504麦总办公室）

无论是否合作，我都将是您选购软件的军师和朋友！

备注：来公司需提前门岗报备并享受免费停车，免费梳理设计商业模式

结语：莞云商学院：购买软件的坑之转包现象 转包现象在行业内是一个普遍现象，由于开发工期紧张，人员不够等因素，很多公司会把项目转包给其他开发公司。但从法律方面讲，转包如果未经过甲方的同意，是不能转包的。为什么说转包坑多，因为需要玩两头，一边是客户项目金额，一边是开发技术成本，转包出去势必会压低价格，所以转包出去就有很高的利润空间，价格在下级开发商手里，变成了低成本项目，项目的质量保障自然就降低，拿到手里的成品自然和预期相差甚远。而且转包后基本这个维护也需要第三方来做，后期系统问题修复沟通的成本和耗费时间也会增加。

解决建议：尽量签合同注明未经书面同意不能转包。

认知鸿沟，传统品牌企业管理团队的经营思维难以转变。原因在于某些传统品牌企业高层离“核心用户”越来越远，层层“批发”式经营仍然占据主流。管理者的视野触及不到真正的“用户市场”，他们通常只看到一堆经过美化的企业经营报表。在数字经济时代，“自上而下”的管理方式导致决策层洞察不到“用户”的改变，没有数据反馈，就会逐渐被用户所抛弃。