

数据资产 数据价值

绫致时装集团 IT Director

常飞

关于绫致时装集团





BESTSELLER丹麦



POVLSEN

家族



1975年

创立



70+

市场



20+

品牌



JACK & JONES

JUNAROSE

JAQUELINE DE YONG

LITTLE PIECES

LP BOYS

MAMALICIOUS

NAME IT

NAME IT LIMITED

NOISY MAY

OBJECT COLLECTORS ITEM

ONLY

ONLY & SONS

OUTFITTERS NATION

PIECES

PRODUKT

SELECTED

VERO MODA

VILA CLOTHES

Y.A.S

HAY

J.LINDBERG

zalando

OSOS

MimDirect





BESTSELLER中国-绫致时装

50%

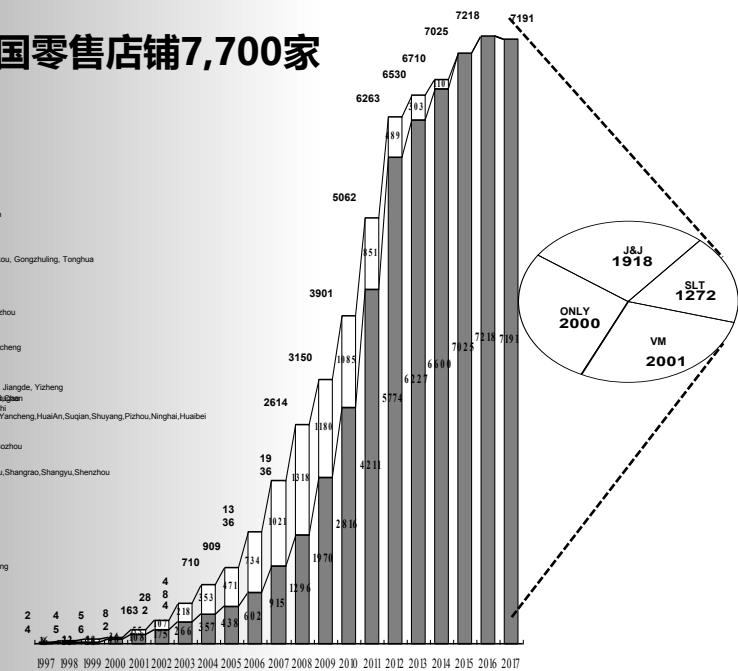
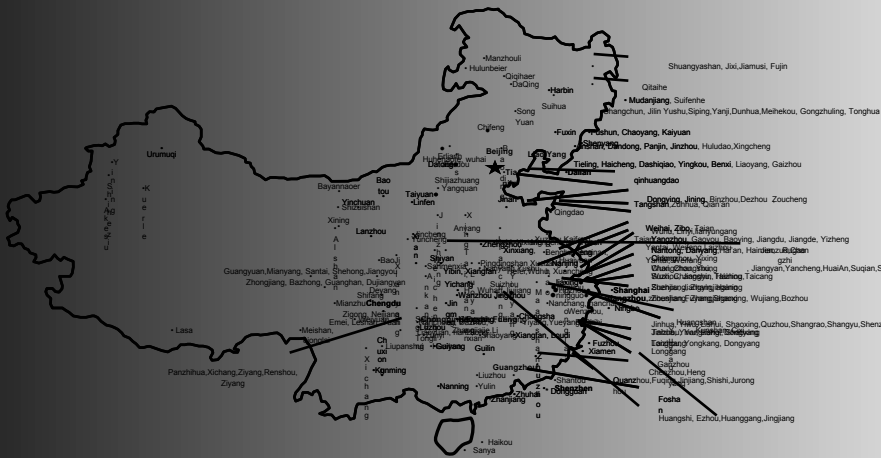
两位联合创始人

50%

BESTSELLER丹麦

全直营

全国零售店铺7,700家



从数据，到数据资产





从数据到数据资产

数据



Bestseller



Customer

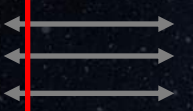
- 数据散落分布
- 缺少360客户画像
- 与客户互动缺少有效工具与方法
- 没有营销效果监测



数据资产解决方案



Bestseller



Customer

- 数据打通消费者认知、兴趣、购买、忠诚及分享反馈的全链路
- 数据可视，可追踪，可优化
- 品牌策略、品牌传播、品牌运营全方位精细支撑

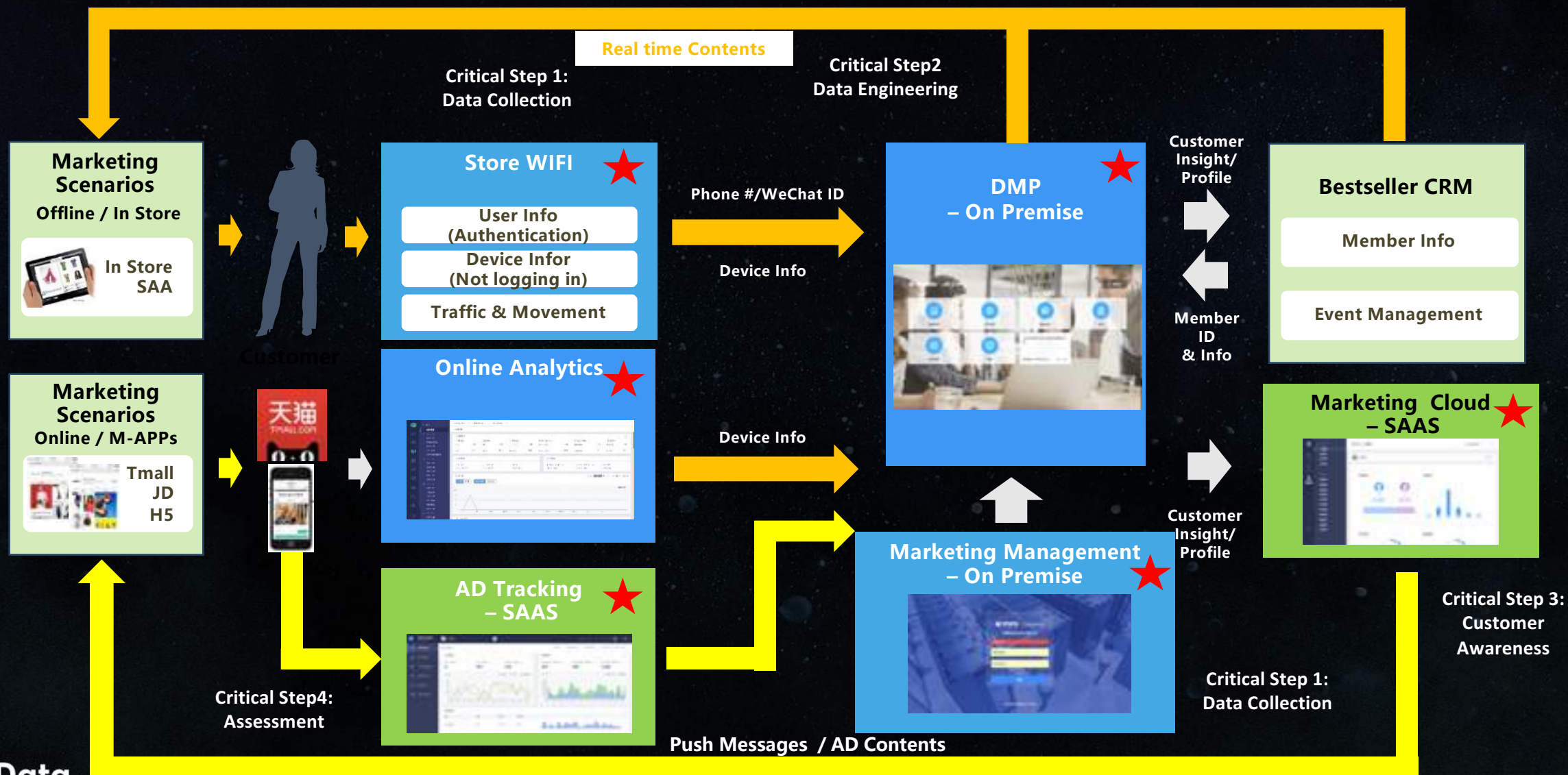
实时数据

全渠道场景

客户行为数据

凌致 DMP + Marketing Cloud Solution

★ In Scope

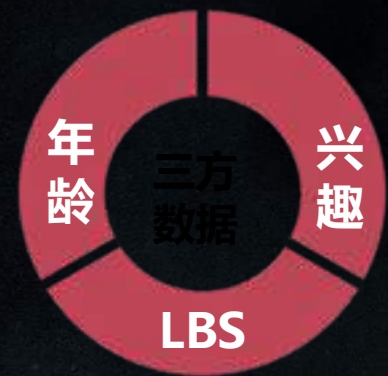


数据驱动增长 - 效果为王!





数据资产到增长



数据运营

业务场景

- 会员：折扣季（频率、品牌、客单价）
- 会员 + 拉新：异业合作（数据的合作；告别纸质优惠券时代）
- 拉新：朋友圈投放、Hero App
- Re-targeting：（店庆引流，新款推荐）
- VVIP 客户关怀
- 新店引流

以人为本



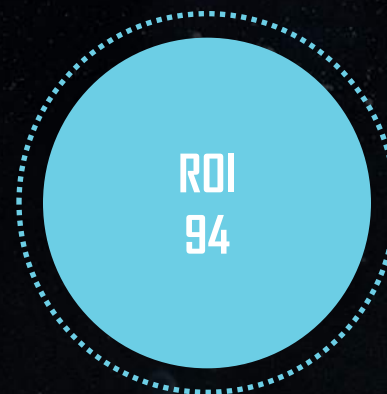
顾客

导购



数据资产效益量度化—折扣季数据化运营

- 折扣季共推送短信4次，推送人数共计**61,369,585**(非去重)，**511,374人**(非去重)发生购买，
- 产生GMV共计**396M元**
- 其中：注册未购人群：**15M 元**，沉睡人群：**19M 元**，活跃人群：**253M元**
- 订单数 **648,763单**





数据资产效益量度化—屈臣氏线下数据化运营



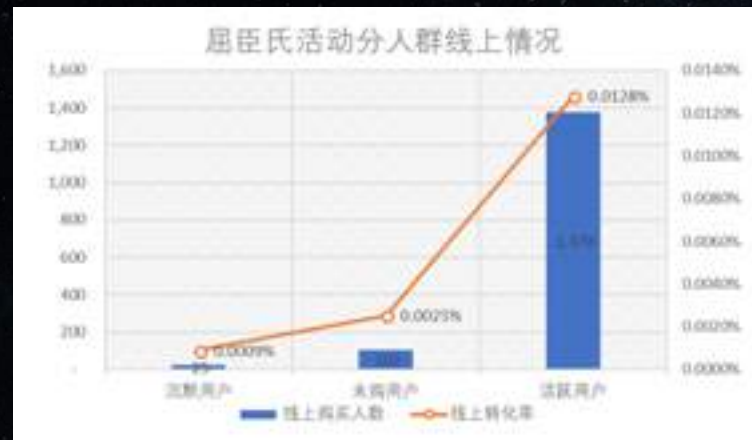
摇曳暖春 送心意喽!

JACK&JONES在这个春季携手屈臣氏,送上开年心意大礼包!潮流焕新装,还能获屈臣氏超值优惠券礼包!



点击领取>>

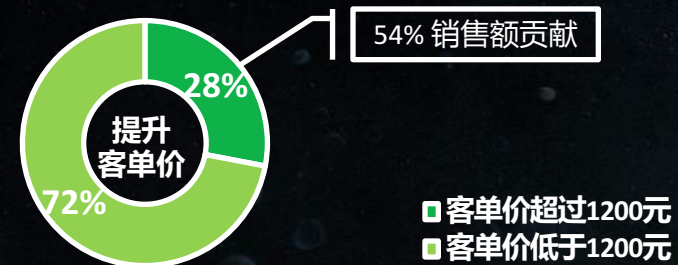
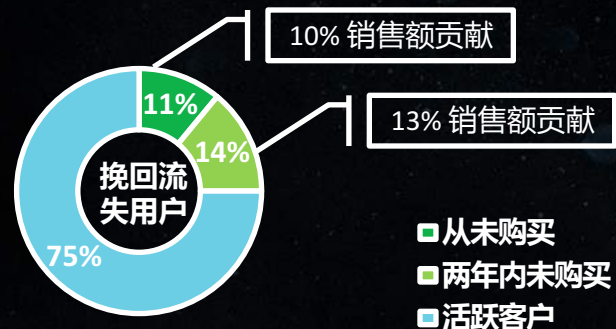
- 数据目标: 观察和总结活动对各组人群的影响和作用;
 - 会员目标: 提升品牌活跃度与客户好感度;
 - 业务目标: 例: 目标潜客VPC的提升
 - 拉新目标: 拉动新会员激活与新订单产生;
-
- GMV: 8326万+
 - ROI: 35



数据资产效益量度化—Yoga线上数据化运营



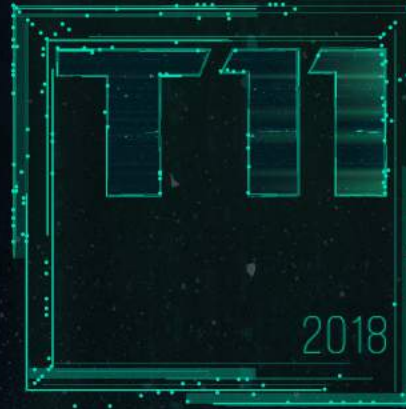
- 业务目标: 低客单价活跃人群VPC的拉升
- 会员目标: 静默客户唤醒
- 实现GMV净新增 达: **2466万+**
- **234,703人**领卡成功, 感受到品牌会员权益





数据驱动增长





THANKS