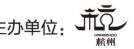




数字营销

助力传统企业通往电商之路







用友网络科技股份有限公司









看清本"源"









互联网转型升级过程中

商业的本源不变

更好的产品、更好的服务、更好的价格









互联网根本上改变了什么

新的信息通路重构了连接

企业营销、零售与消费者接触关系的重构

线下与线上利益关系的重构

供应链上下游协同关系的重构

企业与消费者间利益关系的重构









新利益规则的建立面临四大障碍













|企业需要建立全渠道营销以重构价值链

泛媒体的融合

全媒体



纸媒、电视、广播 、网络、手机... 粉丝、员工、客户 合作商、互动...

渠道体系的一体化

线上线下、直营入驻 、桌面移动、仓储配 送、服务体验、方案 运营



全渠道 零售

交互

全产业 协同

全产业协同

C2B、EMS、工业自 动化、网络采购、 VMI. MRO. ...

会员体系互通

线下会员与线上会员 统一,一体化享受各 种促销特权;积分、 政策;适应各空间



全客户 经营

全数据 驱动

大数据驱动柔性经营体系

基于客户行为、交易数 据,行业发展趋势;以及生产、采购、资金数 据;来驱动和优化企业

更短的路径,更快的反应,更高的透明



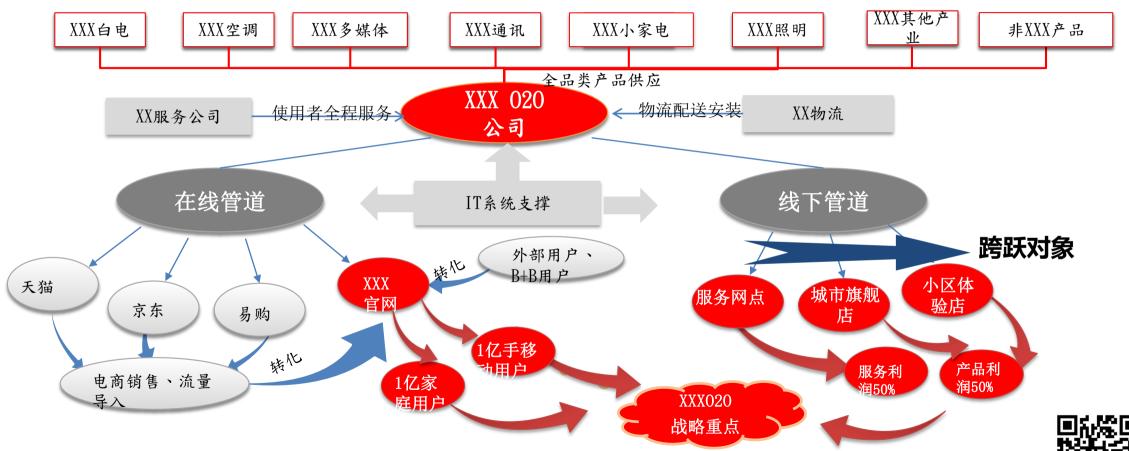






更短的路径-打穿传统分销渠道迫在眉睫

围绕消费市场打穿全层级渠道,实现营销与服务链条的全在线、全互联,职能清晰化



重构经销商利益分配机制;全触点覆盖;统一各渠道产品信息和价格; 打通统一的订单管理系统和物流体系;管理用户体验,实现品牌与用户交互

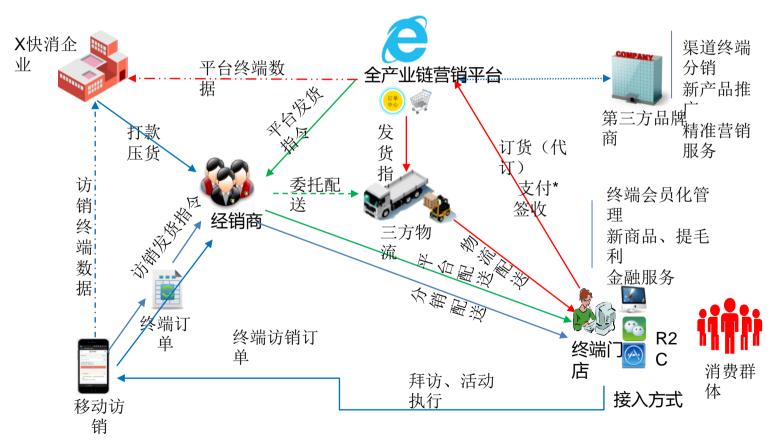






更快的反应-贯通全供应链与社会资源的协同与反应机制

全局库存的把控;促销的快速铺开与执行;小批量、多批次、快速翻单生产; ...





共应"链"变成更为高效的供应"网",强传导力







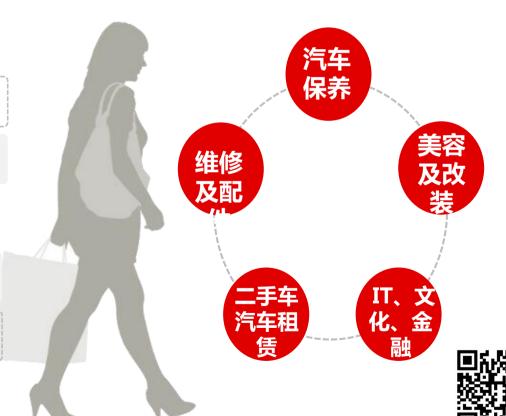


算,节省开支。

更高的透明-补缺服务计划和响应机制

以客户数据为原点,让原来分散的产业链,变成基于客户为核心的生态圈

哪些商品更热销?利润高?订单量 针对全营销面对线上线下融合,将 、销售额、库存周转率...热销商品 销售数据与商品数据结合,真正洞 的购买顾客来自哪些 悉转化的过程, 掌握不同渠道的贡 渠道?商品销售的关联度? 全营销环境下,社会化大协同将产 全营销环境下,社会化大协同将产 业链企业紧密连接,每一个企业都 业链企业紧密连接,每一个企业都 销售 将需要在掌控大产业运营状态下自 将需要在掌控大产业运营状态下自 我经营 精准价格情报和产业时时动态上下 **我经的**个性化需求情况;客户对各 产业链 客户 产品的喜好度;客户的购买习惯与 游产业情报业供求信息产业、企业 交易周期;客户的各种特性标签 舆情监测竞争对手经营活动监测企 共同的属性和行为分析归类;客户 数据化 对企业与产品服务的评价;建议 业、产品服务的社会化监测 每天线上流量?浏览轨迹?线上转 行为 通路 换率?ARUP值?活跃度?网络导 哪些页面最受欢迎?Landing 向、商品关注? Page的跳出率 营销 线下的客流 高吗?设计了导航,访客却没有点 媒体效果监测与ROI评估 車合分析结构、导航、可用性,也 广告产生了多少购买?营销费用测 两夜进程内哪些走哪多少能响多? 为平台设计及优化作出指导。 在营销源营畜的重粗放型→精细化 营销过度的背景下,企业越来越需 要了解营销效果, 合理分配营销预









用友基于全渠道的产品服务体系

基于客户价值的产品 和方案深度融合:

- ➤ B2B电子商务
- ▶ B2C电子商务
- > 零售管理
- > 会员管理
- > 订单管理
- > 库存中心
- > 销售分销
- ➤ 客户SFA
- > 渠道拜访
- ▶ 市场营销

宫销接触 移动 传统营销通道 互联网营销推广(微联) 全渠道营销 电话、短信 大数据应用 广告与媒体 微信 微博 ,渠道拜访 SFA 经销商助手 邮件 点交易 零售门店管理 消费者情感、 线上官方 第三方电商平台 和 行为大数据分 商城 服 经销商门户 轻量级 会员门户 友联 导购宝 零售 务渠 电商通 全渠道消费需 求预测, 整合精准营销 全渠道运营管理平台 会员商机、价 订单中 商品中 营销促 结算中 市场 B2B电 值挖掘 渠道管理 统一会员 服务管 销中心 活动 子销售 113 管理 理 务运 会员满意度分 全渠道库存中心 会员忠诚度计 营销费用 销售分销 费用预算 后勤支持 采购供应 C2B大规模个性化生产制造系统 财务系统







用友全渠道营销的五种价值模式

线上线下融合











mputing

分层次,分阶段推动---期待与各位进一步深度交流

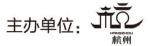
第一步 第二部 第三步 第四步 **社会化渠道管控** 线上线下业务协同 消费者及终端堂控 柔性产业与平台化升级 建设运营能力 核心价值掌控 优化运营模式 产业优化升级 进行线下渠道改造,导入以客户为中心的运 B₂B 营模式,为平台积累客户群基础,注重营销 和推广,提升客户感知 以客户为中心,线上线下营销、渠道、销售、服务一 B₂C 体化,以O2O平台化模式展开立体化业务整合,完 成无缝对接 020 客户规模集聚到一定水平,建设群体 智慧平台,掌控终端客户的运营,可 扩充产业链整合 **CRM** 在有深厚群众基础的条件下,统一集聚 群体需求,以客户驱动企业,以产业链 C₂B 化方式完成柔性经营;逐步平台化运营























2015年7月 用友网络与阿里巴巴 签订集团级战略合作













第一款落地应用--电商通











全面展开 深度合作











·协同生态,落地共赢

























企业应用软件

互联网服务

互联网金融



yonyou yonyou US

用友网络:面向大型企业





企业空间 社会化度用率台





CHANDAY 畅捷支付

























服务企业互联网化







黄 伟 用友网络科技股份有限公司



