

# 周黑鸭

## 玩转私域 复购提升479%

---

有赞新零售—助力商家私域运营包落地

# Contents



01 业务分析

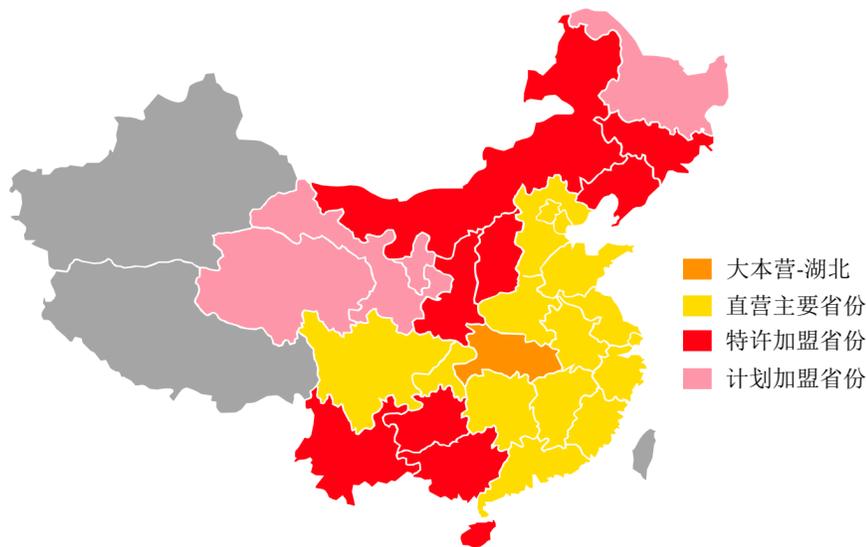
02 数据变化

03 项目价值

# 品牌简介



周黑鸭国际控股有限公司（以下简称周黑鸭）是一家专门从事生产、营销及零售休闲熟卤制品企业。截止到2021年3月,周黑鸭门店总数达3000多家，覆盖中国21个省份及直辖市内121个城市。线上覆盖了22个国内主要电商平台，为了迎合主力消费群体生活习惯的改变，周黑鸭的产品于90个城市提供外卖服务。



On Line & Off Line

## STORE

战略性布局电商及外卖渠道



2021年底线下门店总数预计达到3000家

空有用户  
却低效触达

用户流失  
体量大

复购低

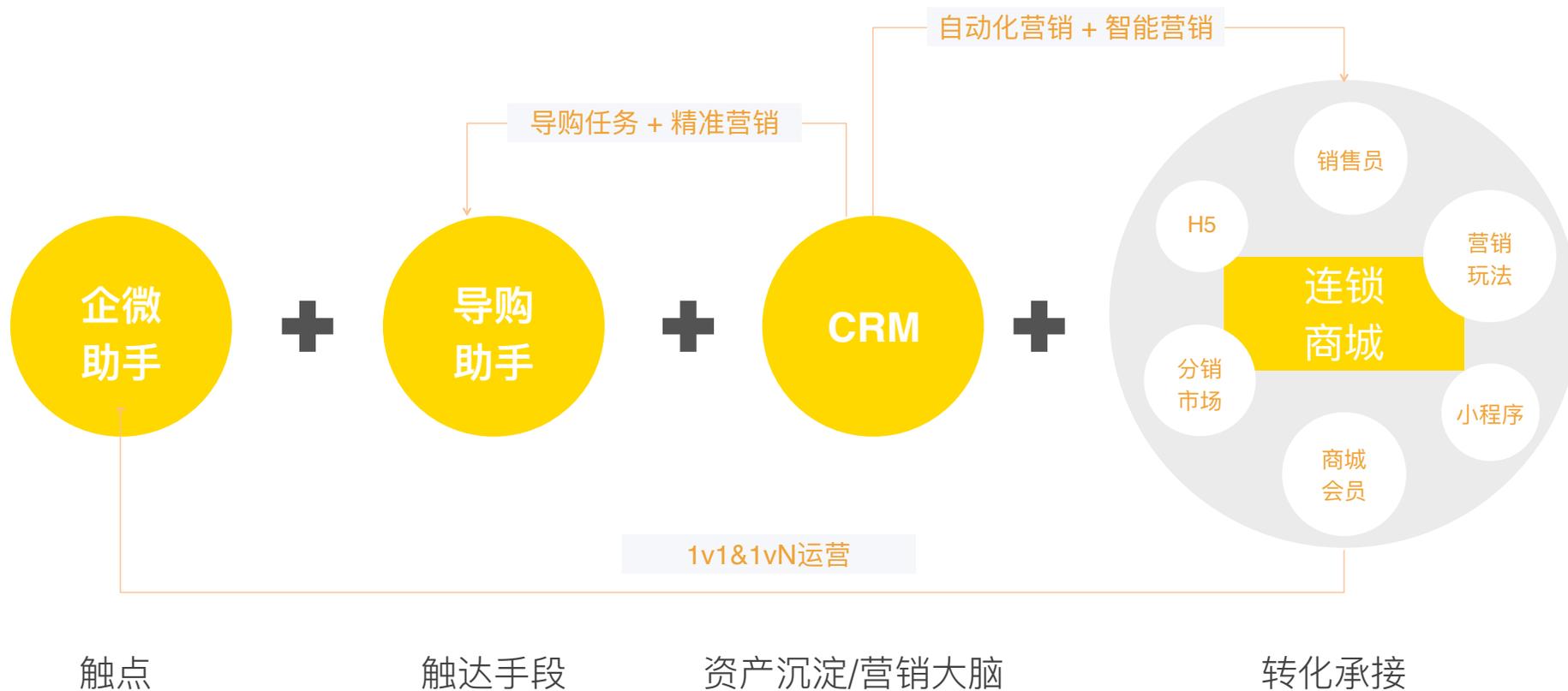
消费者的沟通触点分散，粗放式数据利用  
没有建立起与消费者高效沟通的路径  
无法同千万级客户群做精准沟通

缺少及时有效的流失预警  
公众号等自媒体效果大幅度下滑  
需要找到承载业务持续发展的新增长点

没有建立稳定的用户营销SOP  
无法有效提升用户LTV

有赞新零售解决方案 = 产品（企业微信助手 + CRM） + 服务“包落地”

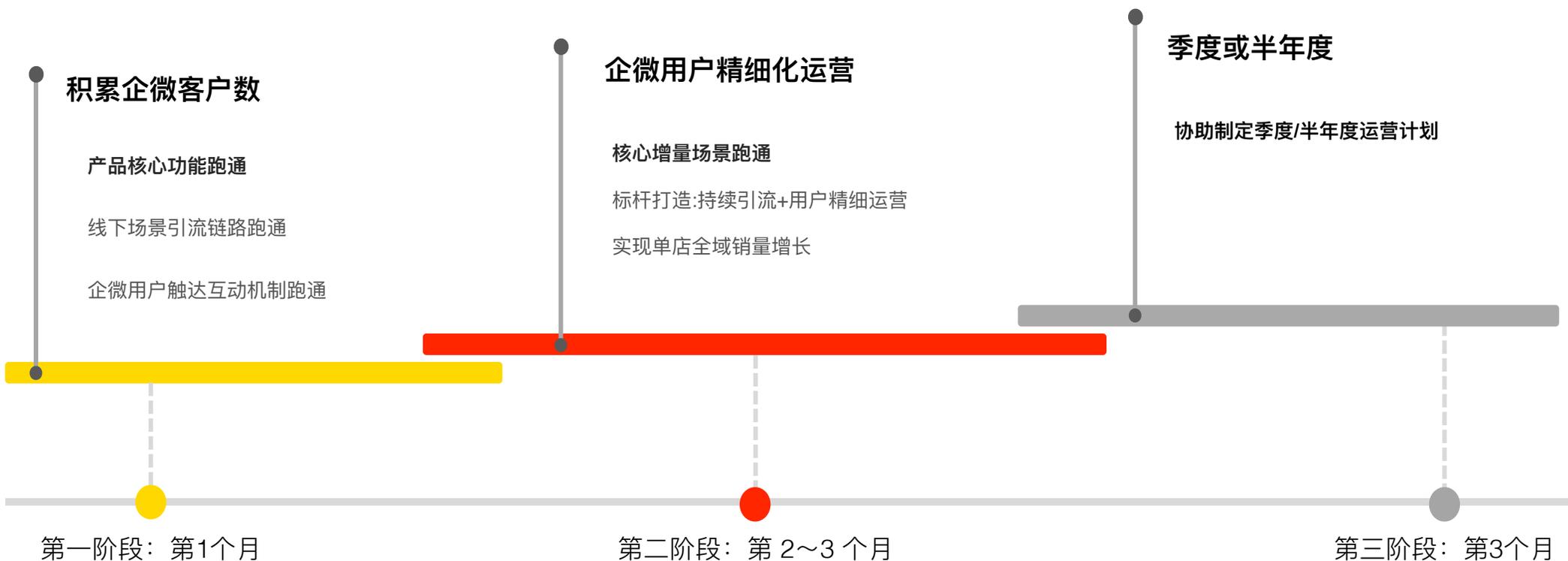
打造高效转化、高价值的「人货场」



# 整体解决方案：公域高效引流+用户促活提频+精细化运营



# 「周黑鸭」包落地的三个阶段



- 在第一阶段不改变目前引流渠道和引流的活动设置，跑通流程，达成运营目标（GMV、转化率、客单价）
- 根据运营结果数据推算品牌企业微信助手的运营所带来的增量以及规模

落地结果如何呢？

短短两周，企微内客户数增长 **16.5倍**

GMV 目标完成率 **400%**

UV价值环比增幅 **149%**

是什么带来的数据变化？

## 两个调整，实现业绩增长

### 增加用户触点

增加用户进入路径  
增加用户互动机制



### 提高触达效率

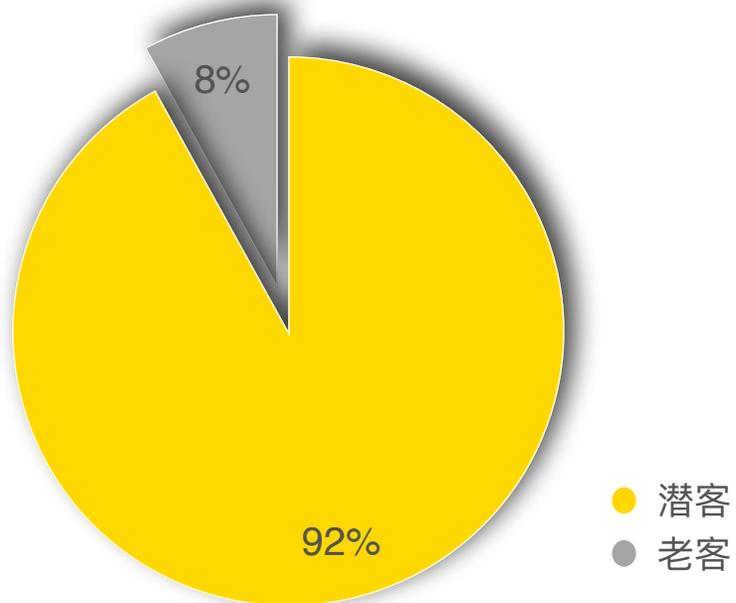
深化用户体验  
清晰用户价值



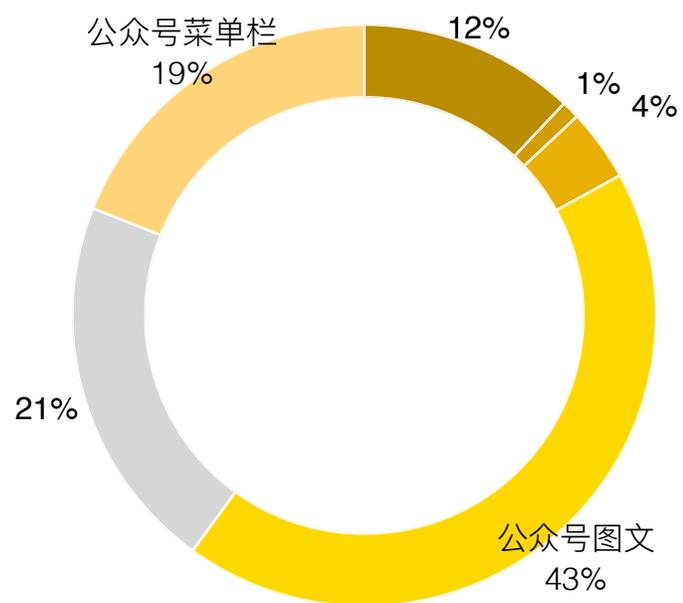
## 增加客户用户触点——增加用户进入路径

通过增加企微渠道活码投放入口，带来未消费过的潜客占整个企微所有客户数的**92%**，这其中有**22%**的潜客两周内都在商城产生消费，并带来了企微整体业绩的**80%**增量。

企微客户分布



企微客户来源渠道分布

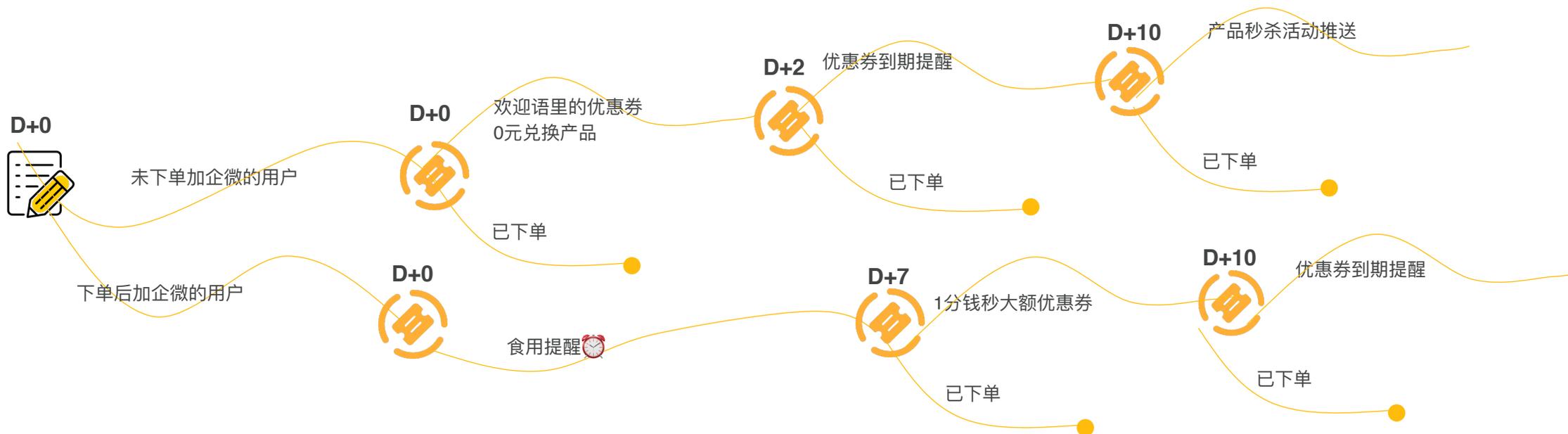




# 增加客户用户触点——增加用户触达机制



- 以电商3个月的复购周期为依据，按3个月内的消费频次作为频次对比依据
- 针对不同的客户行为分别设置互动机制，结合下单情况周期性完成互动机制流程，引导客户在企微完成首单



未下单加企微的用户

下单后加企微的用户

工具：标签 精准营销

1. 未下单的客户收到的欢迎语里带一张0元兑换产品，3天有效期的优惠券
2. 系统自动识别未核销的客户两天后触发优惠券到期提醒
3. 若客户仍未下单，一周后给其推送产品秒杀活动

1. 下单后通过支付有礼加企微的客户，会在24h内收到食用提醒
2. 一周后系统推送1分钱秒杀大额优惠券的活动
3. 客户购买优惠券，但未下单核销的，3天后收到优惠券到期提醒

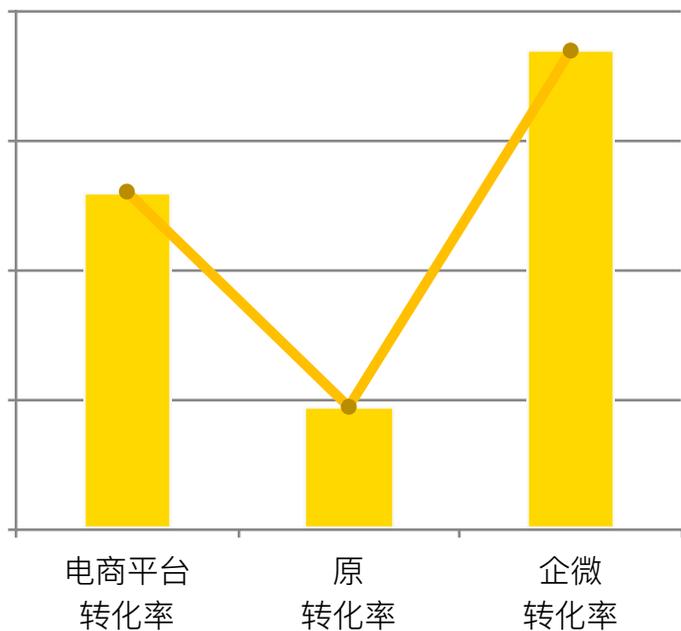
1. 通过渠道标签，和给优惠券设置领取标签，精准判断客户行为，区分活动目标客户，形成客户画像
2. 用企微助手里的「精准营销」，针对不同标签下的客户做不同的互动机制触发



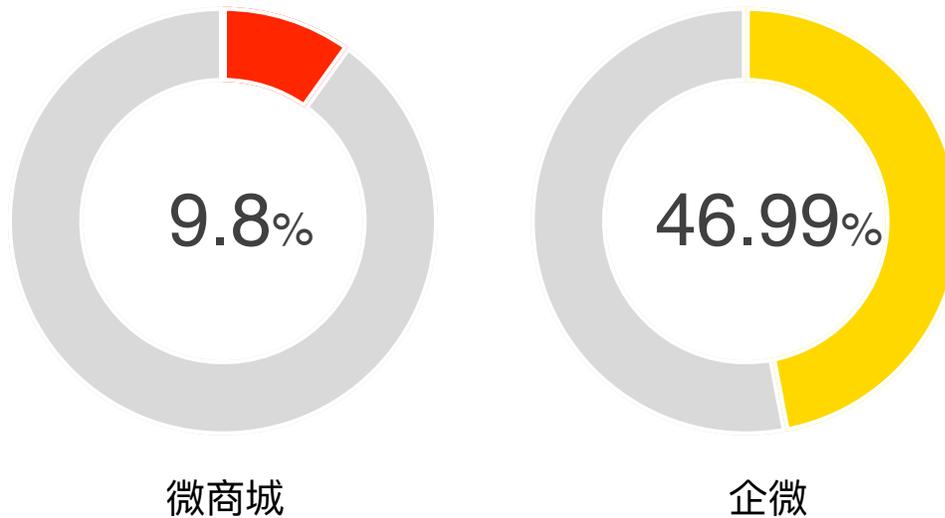
## 增加客户用户触点——增加用户触达机制

通过增加用户触达机制，企微渠道转化率对比微商城转化率增长 **314%**；  
30天复购率对比微商城提升 **479%**，复购周期整体比其他渠道缩短了 **1/3**。

### 转化率



### 老客转化率

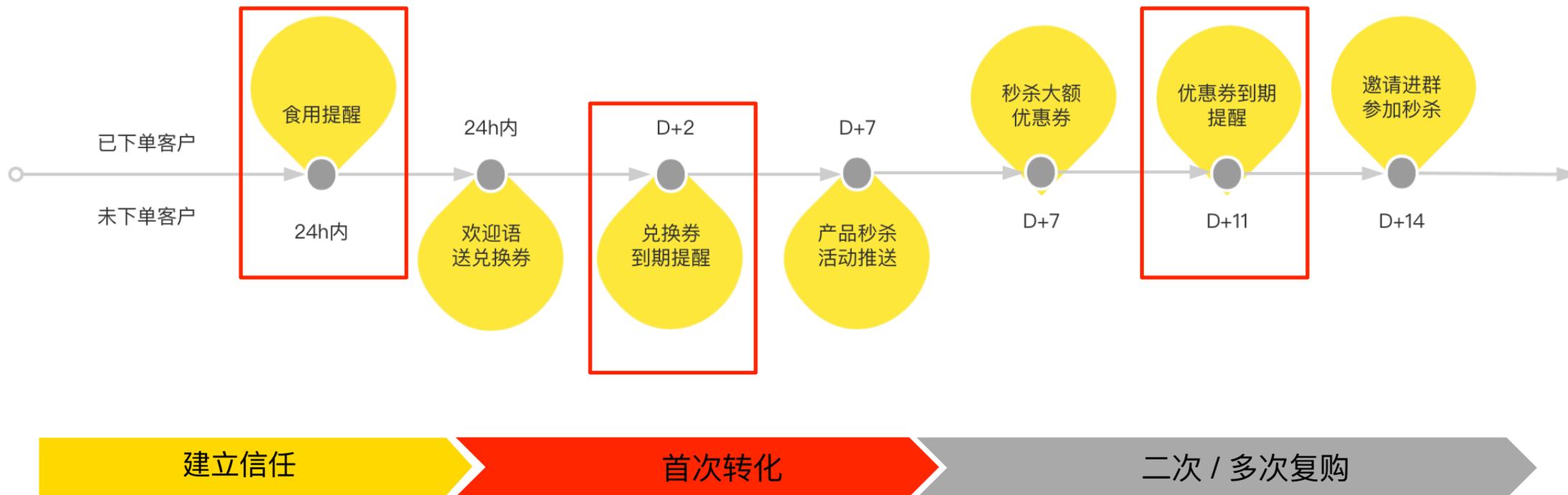


为什么转化率会这么高？



# 提高触达效率——深化用户体验、清晰用户价值

- 改变被动的售前售后行为，增加主动的客户关怀，提升客户体验
- 厌恶损失的用户心理，提醒核销下单





# 提高触达效率——深化用户体验、清晰用户价值



改变被动的售前售后行为，增加主动的客户关怀，提升客户体验；厌恶损失的用户心理，提醒核销下单



提高触点效率：

- 1、温暖的服务；自动触发产品的食用期提醒和储存提醒
- 2、用户厌恶损失的心理特点；提升产品兑换券的核销率
- 3、针对客户的行为自动化打标签；一对一内容精准触达

## 客户关怀

## 优惠券到期提醒

工具：渠道活码欢迎语 标签 精准营销

1. 针对下单后添加企微的客户，24h内发送对客户感谢，及产品食用提醒和储存建议
2. 通过发送客户关怀，提升客户体验，减少和避免产品保存不当带来的客诉问题

1. 系统自动识别优惠券未使用客户，发送优惠券到期提醒
2. 抓住大众厌恶损失的心理特点，以此为触点和客户产生互动

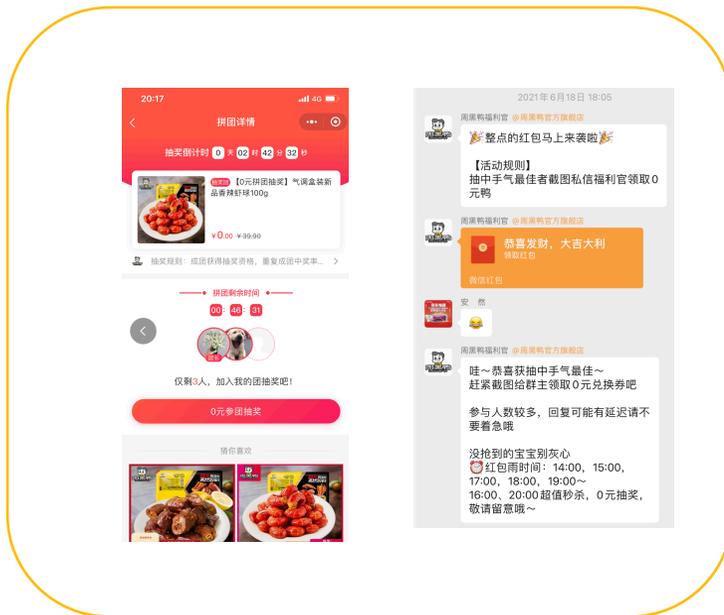
1. 通过渠道标签区分客户行为，设置不同欢迎语。
2. 通过客户领券的行为标签，企微助手「精准营销」自动排除已经下单的客户，对未核销的客户触发提醒



# 提高触达效率——深化用户体验、清晰用户价值



同时周黑鸭还用了群SOP功能赋能客服，强化客户购物体验，增加消费者购物场景



## 预热拉群

## 群SOP

## 工具：标签进群 群欢迎语 群SOP

1. 朋友圈做活动预热和群曝光
2. 搭建快闪群，邀请客户入群参加活动
3. 通过欢迎语，告知进群客户活动规则

1. 分时段触发红包探测群内在线活跃度
2. 指定活动时间内发送活动链接、优惠券等内容
3. 微商城拼图抽奖带动群氛围

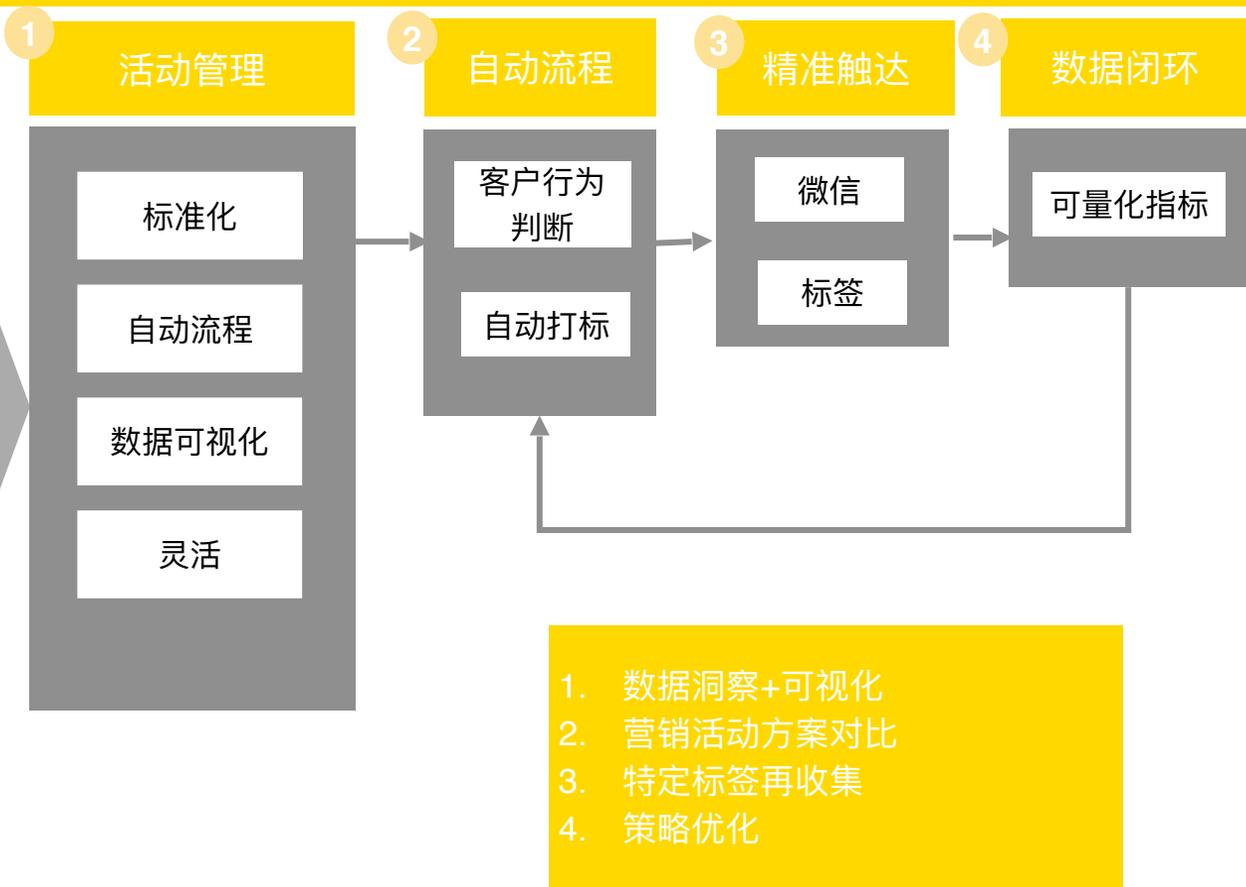
1. 通过企微助手「标签进群」邀请指定标签下的客户
2. 可以针对活动群设定专属群欢迎语
3. 按流程用群SOP功能配置群内容，系统根据设定的时间发送指定的内容

## 过去

客户分散	没有统一的客户沉淀渠道，触达效率低
活动管理	活动流程可控性弱，触达客户频次不可控
无常态化在线活动	不能实现持续在线，跟踪用户整个消费过程，包括发券，领券未核销，促进复购。
试点测试	无法按照MOT的要素进行快速迭代，优化活动方案
无闭环分析	无数据依据

## 现在

全渠道的客户沉淀，客户资产企业化，随时可触达
流程可控，客户生命周期分阶段策略，持续激活客户，避免过度打扰
7*24*365的营销活动在线；按照客户属性/行为在预定的时间合理的同用户保持沟通，促成下单
快速迭代更新活动策略，在活动正式投放前可通过多轮测试达到最优解
实现数据闭环分析，在运营中不断优化MOT



未来周黑鸭和有赞计划将全渠道数据打通，并对全渠道的客户进行沉淀，扩建企业微信私域流量池

同时用有赞企微助手和导购助手进行线上线下相互导流和赋能

通过CRM数据管理实现全渠道的私域增长全场景

有赞也将协同有赞的商家们在新零售的领域里一起成长。

# THANKS

有赞新零售—助力商家私域运营包落地

