



聚宏电商

JU HONG E-COMMERCE

聚宏电商

JUHONG
DIANSHANG

传播电商品牌商业价值

GONGSI
JIESHAO

公司介绍



目录



关于我们

ABOUT US



服务客户

CLIENTS



服务成效

ACHIEVEMENTS



平台分析

ANALYSIS



运营策略

OPERATING STRATEGY

PART

1

关于我们

ABOUT US



大快消行业电商运营领导者

2019GMV

20亿+



员工

400+



服务品牌

20+





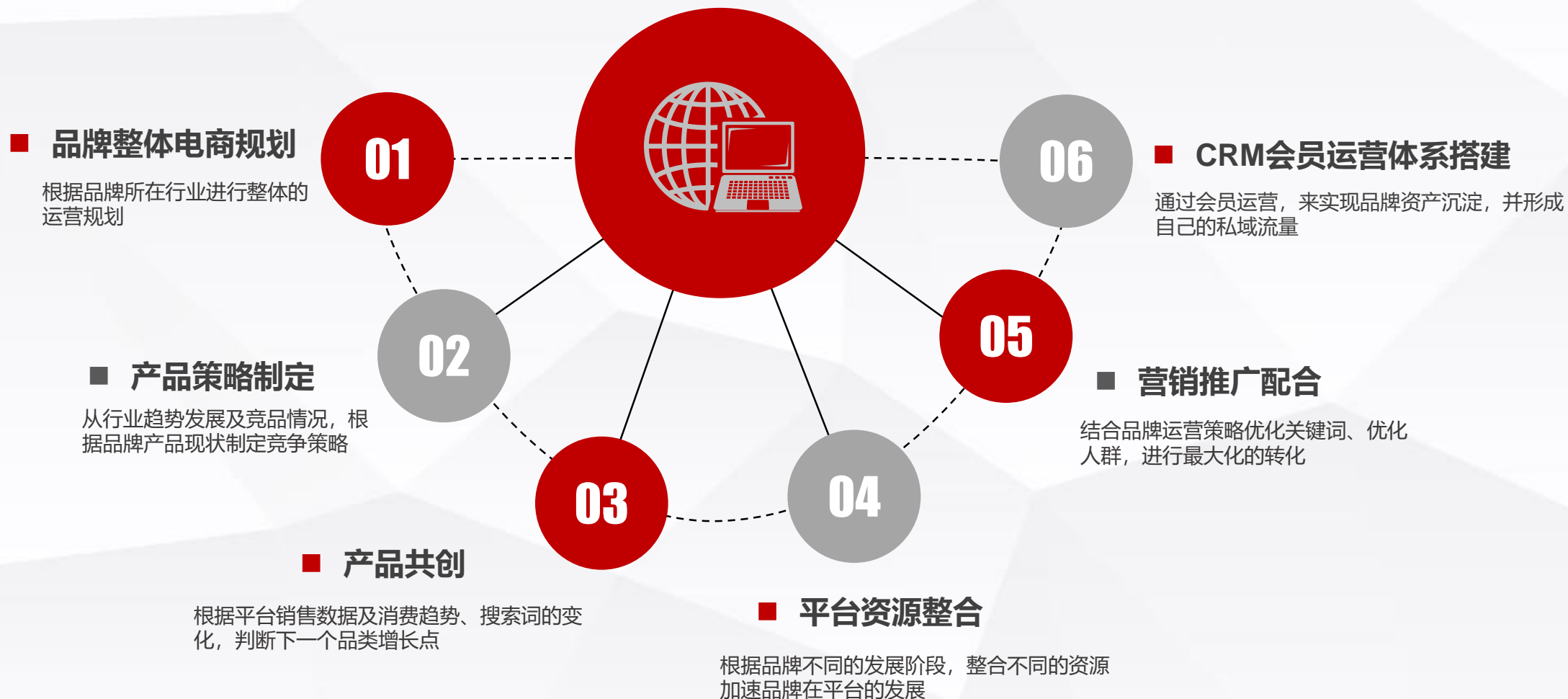
国内分支

北京聚宏电子商务有限公司是一家集**贸易分销**、**电商平台**
代运营、**整合营销**为一体的综合性电商企业，成立于2015
年，总部位于北京亦庄经济开发区，北京、上海、杭州、
广州、香港设有分公司。





聚宏是专业的综合性的电商运营服务商，多年来帮助众多国际品牌，从电商期达成品效合一，成为平台KA品牌。



PART

2

服务客户

CLIENTS





与国内外20余家知名品牌签订长期合作协议，助力众多品牌成为行业第一



PART

3

服务成效

ACHIEVEMENTS



NO. 01



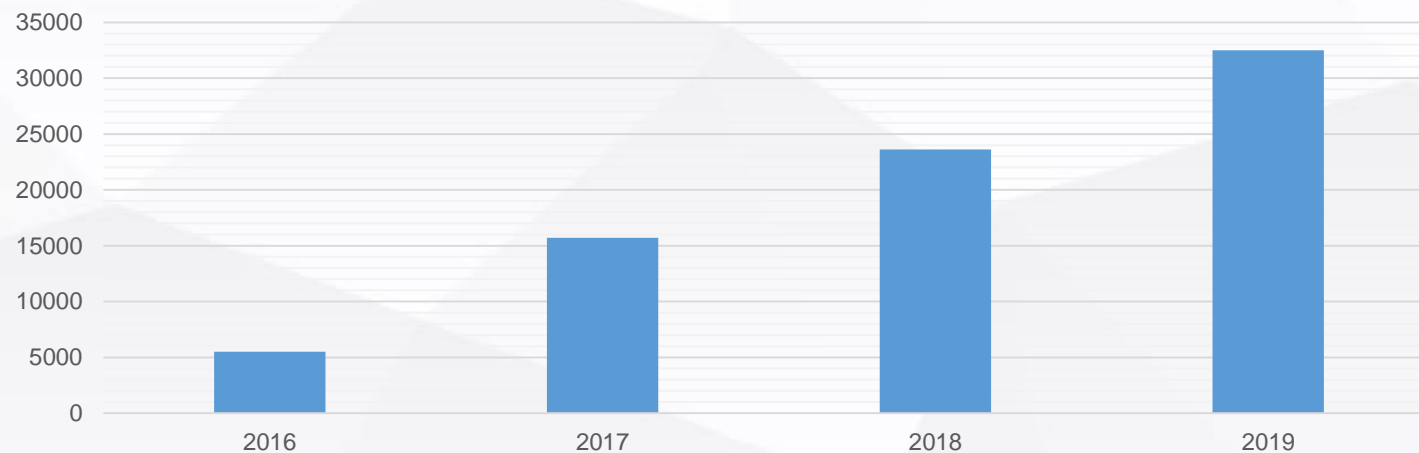
Swisse品牌



运营表现

2016年开始合作，2017年同比增长266%，成为跨境保健类目**第一名**、连续三年跨境保健类目**第一名**
2019年新客增长率约保持在**70%**以上；老客复购比例为**30%**

Swisse16-19年增长曲线





2020年1月13日京东超级品牌日我们为Swisse创下不菲战绩

★京东★
超级品牌日
够超级 购大牌

超级战报

2020.1.13
Swisse京东超级品牌日

京东 超级效果

超级销售
开售10分钟
超去年当日全天

全天销售额
远超2019年618当天

超级增长GMV同比增长

1107%

超级粉丝
Swisse店铺粉丝突破

398.2万

活动当天卖爆的产品可铺满**4.8座**
悉尼歌剧院



京东 超级榜单

1	2
	
钙加维生素D片	护肝片
3	4
	
高浓度深海鱼油胶囊	护发护肤护甲口服液

NO. 02

MARS
Petcare

玛氏品牌



运营表现

经过一个季度努力，**零售**恢复高速增长

优化销售结构挤掉分销水分，生意更**健康、可持续性、利润率提升**

与采销互动增加，双方**关系更密切**





玛氏宠物618增长达到**156%**，是近3年以来的**最高增速**



PART

4

平台分析

ANALYSIS





电商平台生鲜品类现状分析

生鲜品类基于销售增长和净利提升的压力下，不断优化供应链成本、调整品类策略（**高单值、重复购买率高**）、提升流量价值及与**品牌流量共建**。



地理标志产品



季节性产品



品类突破



打造爆品



优选品牌



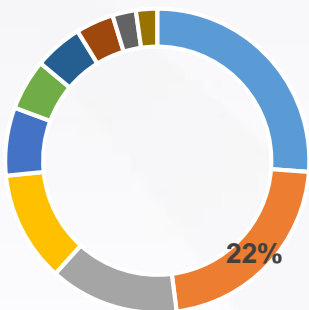
电商平台的奶酪品类占奶酪行业份额较低，还有巨大的增长机会

奶酪品类占生鲜的份额较低，获取资源的能力不足

在奶酪棒的购物人群中，妙可蓝多占据绝对的第一，为后续持续增长奠定基础

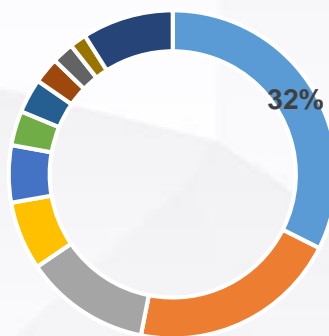
伊利、蒙牛加强了运营端的团队建设，瑞慕的消费者关注度明显提升

8月品牌店铺销售占比



■ 百吉福 ■ 妙可蓝多 ■ 安佳 ■ 伊利 ■ 多美鲜
■ 爱氏晨曦 ■ 总统 ■ 百吉福POP ■ 瑞慕POP ■ 乐芝牛

1-8月购买奶酪棒消费者占比



■ 妙可蓝多 ■ 百吉福 ■ 伊利 ■ 安佳 ■ 蒙牛 ■ 多美鲜
■ 光明 ■ 妙飞 ■ 瑞慕 ■ 乐芝牛 ■ 其它



PART

5

运营策略

OPERATING STRATEGY





由人工运营资源位，调整为数据展示资源位

流量不在无限增长，为品牌匹配精准流量、提高转化率是接下来平台重点工作方向



平台产品展示的逻辑与工具

以用户触点中心，通过**搜索、浏览、关注、加购、购买、广告、城市特性**等判断给消费者展示的产品



加强及竞争性露出工具

以打造平台重点核心特色栏目为目的
加强**PLUS、秒杀、闪购、超市、自营**等频道的展示加权



平台流量分配三大价值主张

营销价值

商业化、设立门槛，订单成为权重

货品价值

新品一定期限内加权，转化率高持续给流量

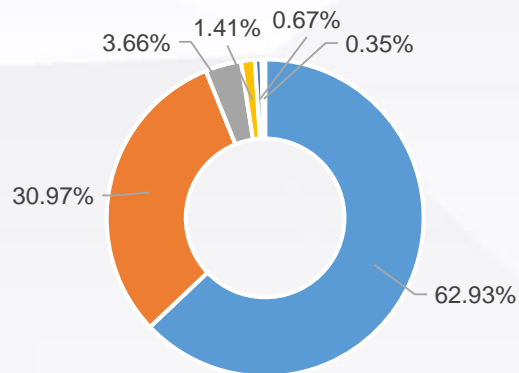
价格健康度权重：价格竞争力、是否频繁变价、降价幅度等

商家服务价值

评论数、销售量、转化率等

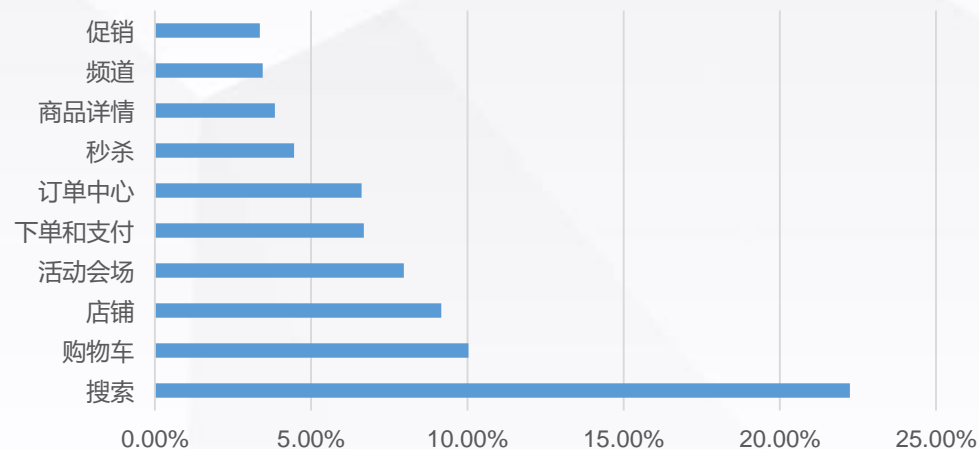


访客数占比



■ 站内自然 ■ 站内营销 ■ 站内其他 ■ 付费广告 ■ 京站点外 ■ 京东平台支持

访客数占比



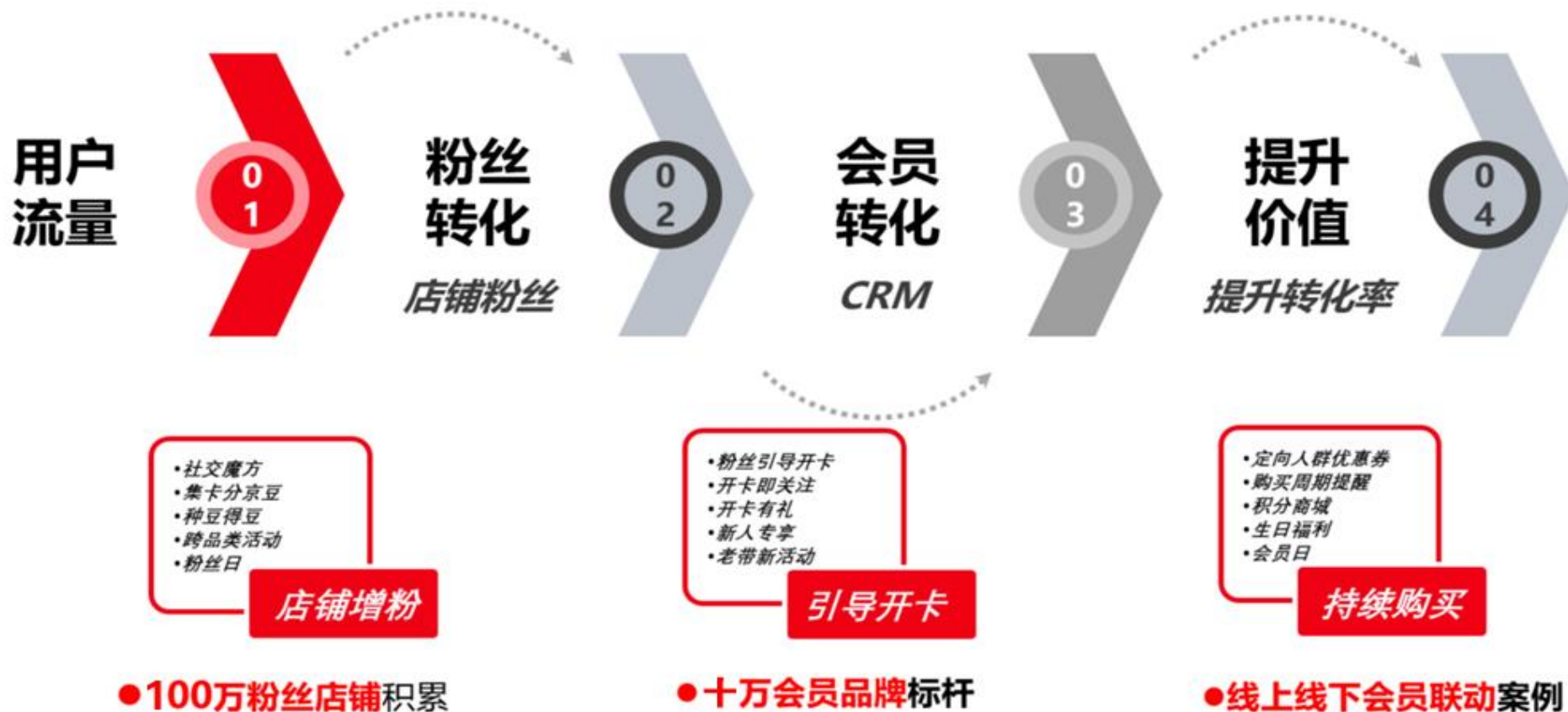
品牌站内自然流量的获取除了花钱投放，只剩茫然

搜索流量的占比虽然在下滑，但依然是第一大流量来源

黄金流程的流量占比不断在加大

“粉丝”是指对店铺或品牌已经产生关注，有兴趣购买或已经购买的顾客

CRM即京东用户管理系统，通过数据开放，为品牌商全渠道用户运营赋能





妙可蓝多运营策略-加强竞争性曝光



以**搜索流量**为基础的持续建设，持续提升和优化基础运营能力。

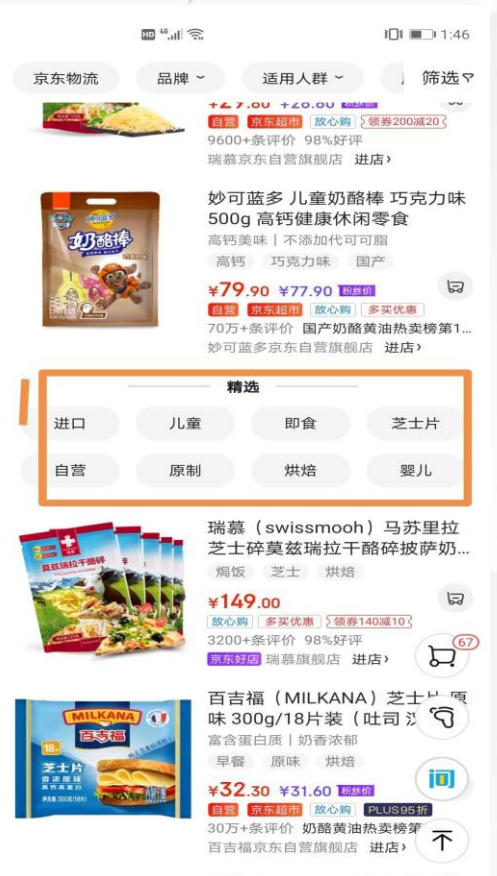
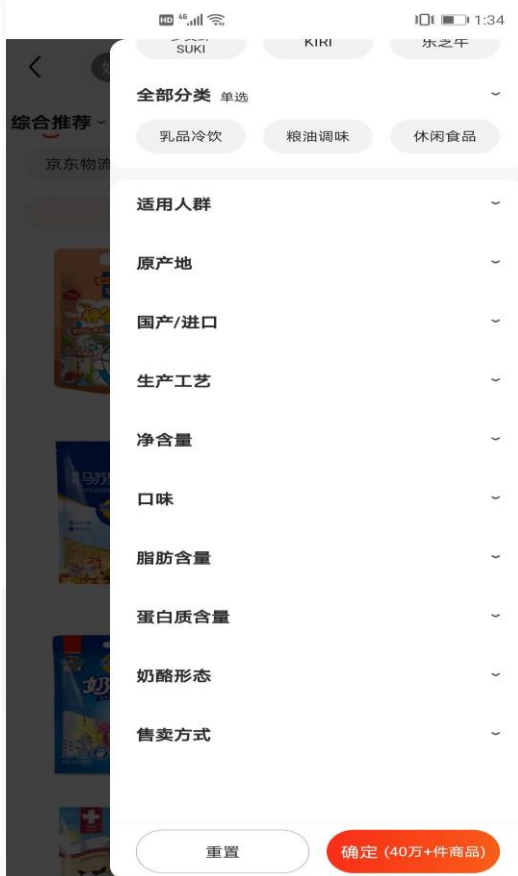
品类搜索下拉词培养

类目属性展示干预

类目属性优化调整

后台加权打标

品类精选词干预





抢占品类新用户，通过丰富的用户运营工具，在领券中心、品牌商详、购物车、活动会场等场景，定向对品类新用户投放优惠券，实现精准、高效的拉新。

算法模型因子：

- 类目偏好、商品属性偏好
- 搜索、浏览、加购偏好
- 最近登录时间
-

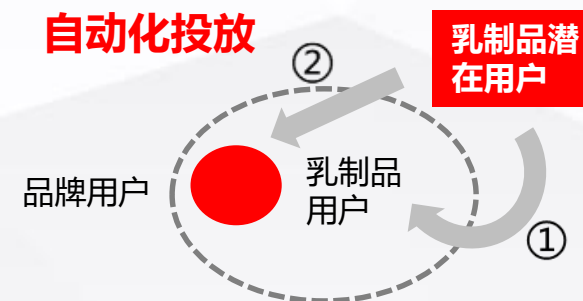


项目优势

扩大妙可蓝多可投放人群

精准触达新用户

自动化投放

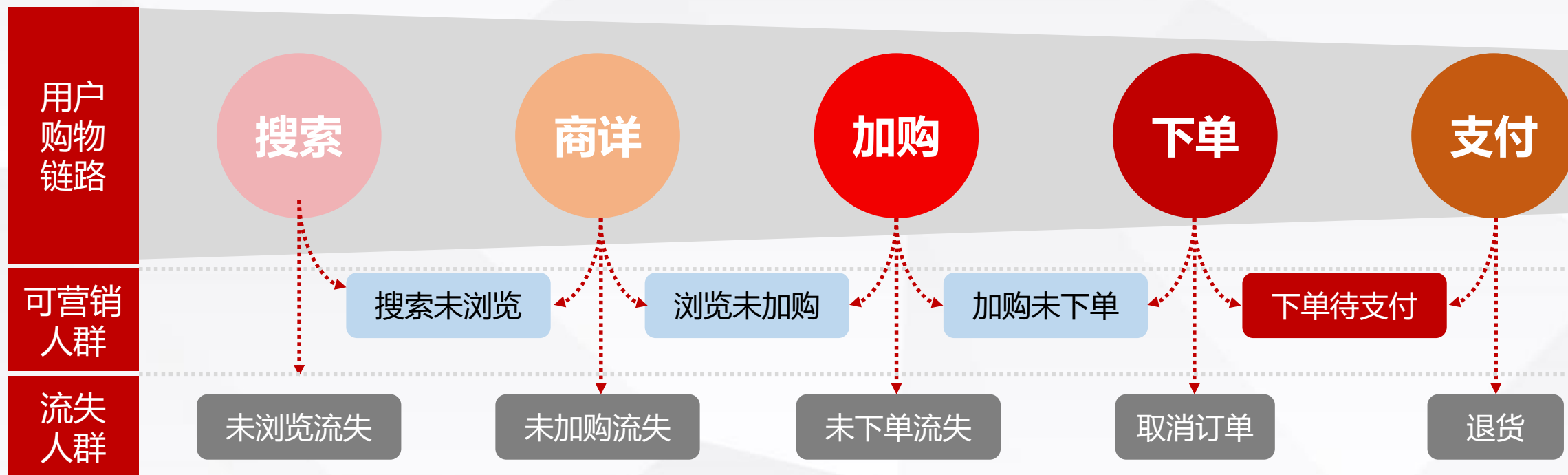




电商平台CPS联盟是站外推广拉新的利器，大盘的销售占比已经达到 **10%**



值得买、返利网、领克特、多麦、智推、天脉、瓦力科技、QQ浏览器、火狐浏览器、惊喜福利社、亿起发、易购、一起惠、51比购



黄金流程全链路营销

用户购买触点的拉新、复购

- 商详页定向PUSH
- 订单完成页优惠券抽奖
- 空购物车营销



商详页惊喜助手



订单完成页抽奖



购物车滞留



品牌纵横		京东数坊	京东九数
侧重方向	精准全面的数据运营和营销分析平台 帮助商家实现运营效率最大化	基于京东4A消费者资产模型 描绘用户与品牌的关系	开放的数据平台 行业/用户数据深度洞察分析
功能特性	<ul style="list-style-type: none">✓ 全息品牌消费者3D画像✓ 品牌销售实时追踪（精准度到秒级）✓ 建立用户视角流量模型✓ 竞品流量和交易跟踪对比	<ul style="list-style-type: none">✓ 消费者4A分布和健康度评测✓ 品牌4A关键指标与行业TOP benchmark对比，定位品牌表现优劣及原因✓ 消费者流转状况追踪和分析	<ul style="list-style-type: none">✓ 行业/人群数据标签灵活组合使用（可自定义组合方式）✓ 提供代码编辑功能✓ 支持自定义数据分析模型
适用商家	品牌商家	进阶商家	TOP商家 品牌商家&ISV
适用场景	<ul style="list-style-type: none">• 日常销售追踪及经营诊断预警• 大促时期数据监测• 新品机会洞察和爆品发掘• 年度营销评估和预测	<ul style="list-style-type: none">• 品牌营销活动• 品牌消费者现状诊断• 对不同A消费者触达 助力品牌资产增长	<ul style="list-style-type: none">• 品牌大型营销活动和平台大促活动期间（如双11，618）• 商家特殊数据挖掘需求（如定制拉新人群）



与生鲜品类的合作更紧密，同时走出生鲜成为大商超的KA品牌，获取更多、更大的流量支持，早日进入亿元俱乐部



加快妙可蓝多与平台签署战略合作协议

通过协议的签署提升妙可蓝多在京东及行业的影响力，提升双方合作深度，为后续双方的合作创造更多的可能性

发起大型品牌独立活动

在销售增长达到预期、市场费用以及产品供应链完备的情况下，争取独立的品牌活动，如：闪购大牌日、优惠券通栏、PLUS专属活动、精准超级品牌日等

新品独家首发与产品共创

京东提供更多的品类数据及消费者数据，妙可蓝多根据数据研发更多的适合京东消费者的产品



基础流量

细化至单品维度的PV、UV

用户

细化至三级流量来源、页面停留时长

转化率

细化至单品维度转化率

综合分析

营销活动、促销给流量、用户、转化率带来的变化

日维度监测

周维度总结

月维度优化



THANKS

期待与您合作!

COOPERATE IN THE FUTURE!