

数字时代的商业成长

从过去的流量优先，到如今的存量为王，
探索传统企业与品牌突围的方向

J a n T a n g

唐健

品牌的商业成长之路——新旧模式对比

旧模式

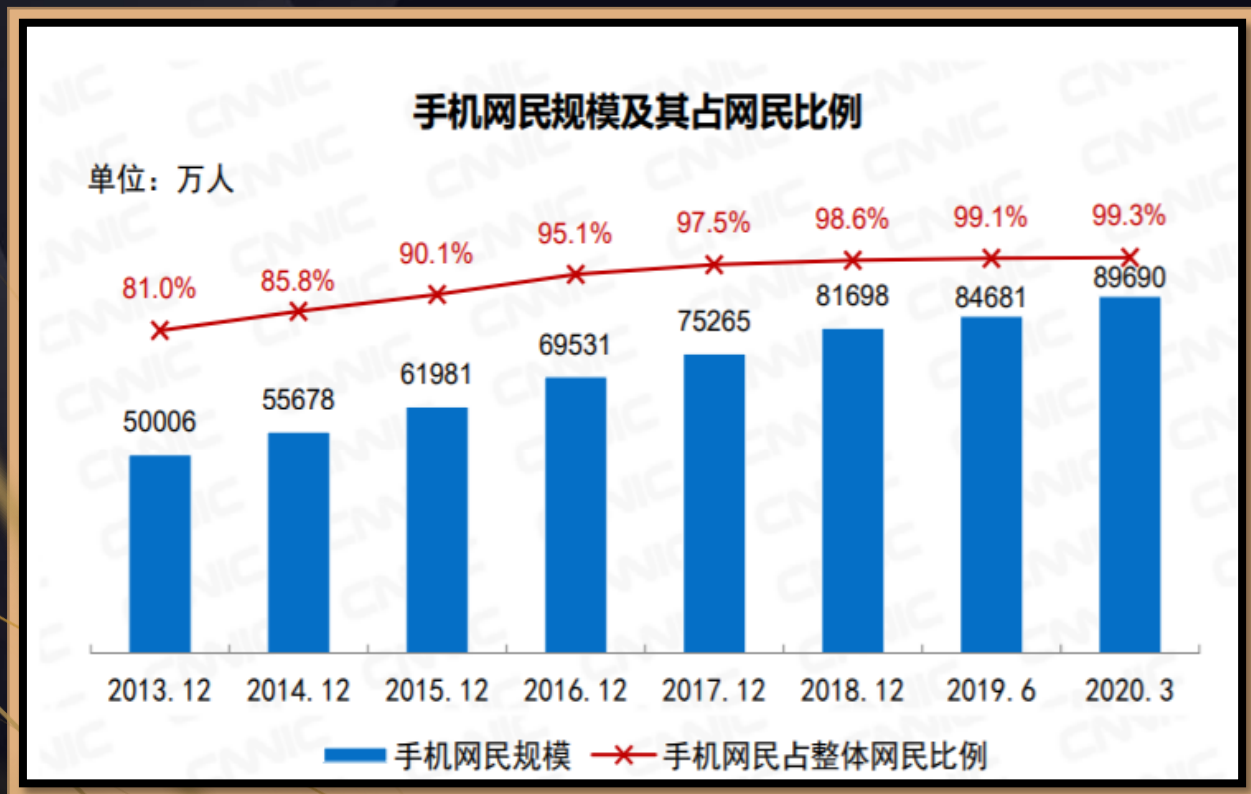
(2017之前, 流量优先)

VS

新模式

(2017之后, 存量为王)

1 存在基础



数据来源：CNNIC

旧模式

人口红利与流量红利

企业以最低的成本获取优质流量



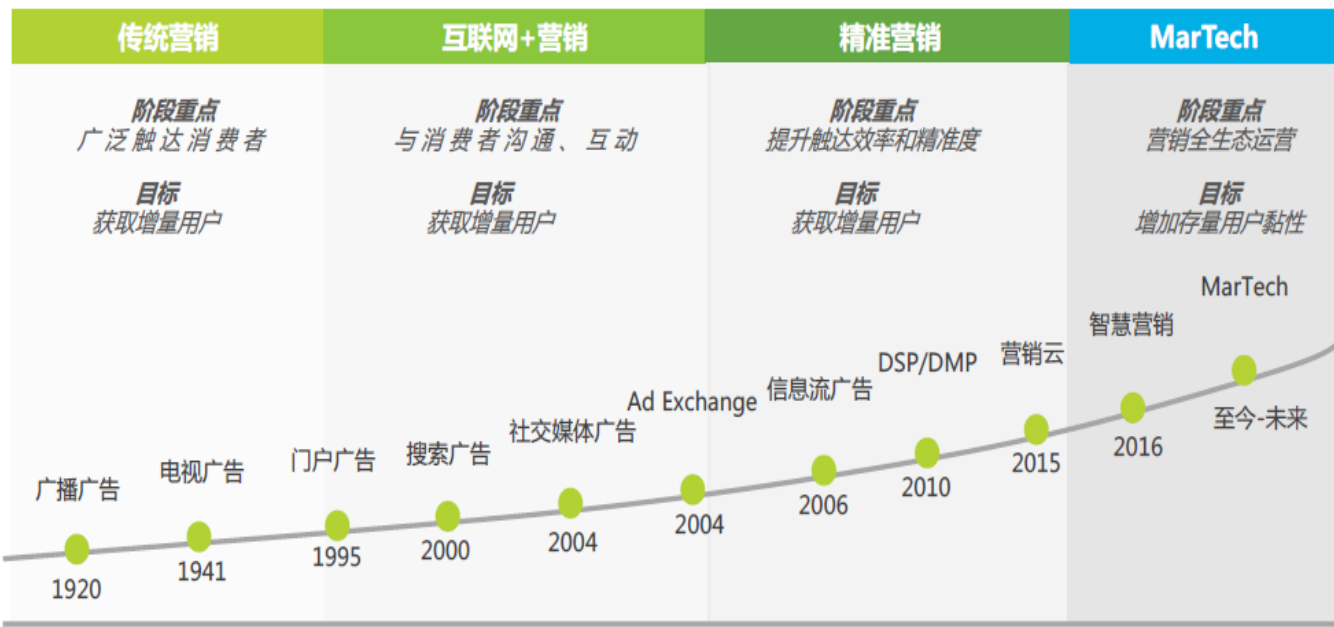
新模式

人口红利消退，流量头部化

优质流量获取成本高企

核心特色

营销行业不同发展阶段的关注重点和营销目标



数据来源：艾瑞分析

旧模式

流量为王，追求增量

以“跑马圈地”方式快速拓展增量市场



新模式

用户（顾客）为中心，注重存量

更关注私域流量及存量用户的运营及服务

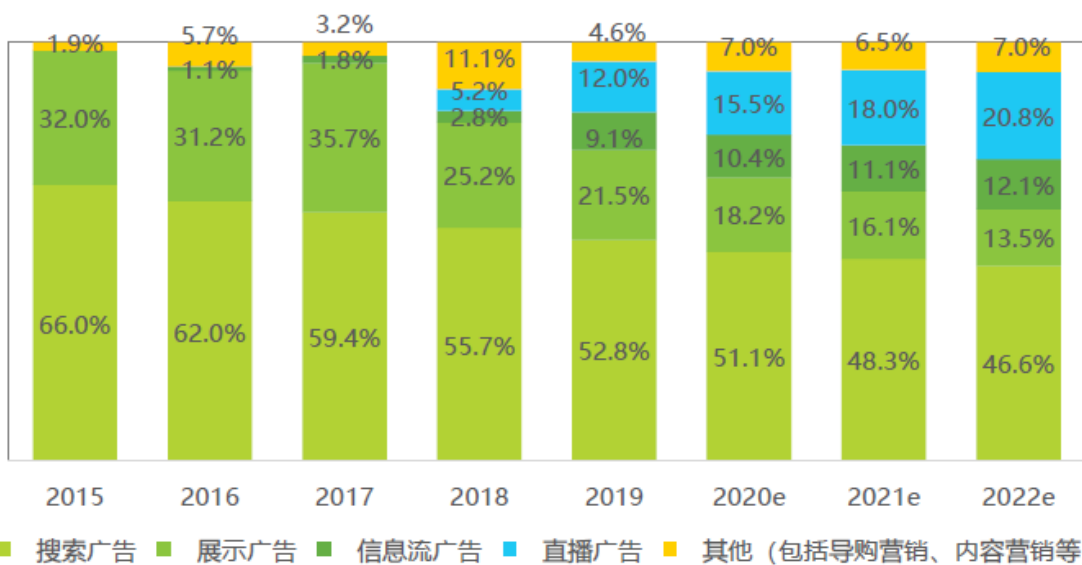


iCLICK
INTERACTIVE

2020

3 增长模式

2015-2022年中国电商营销收入细分占比



旧模式

海量投放，粗放增长

砸钱投广告，实现商业增长



新模式

精细化运营，降本增效

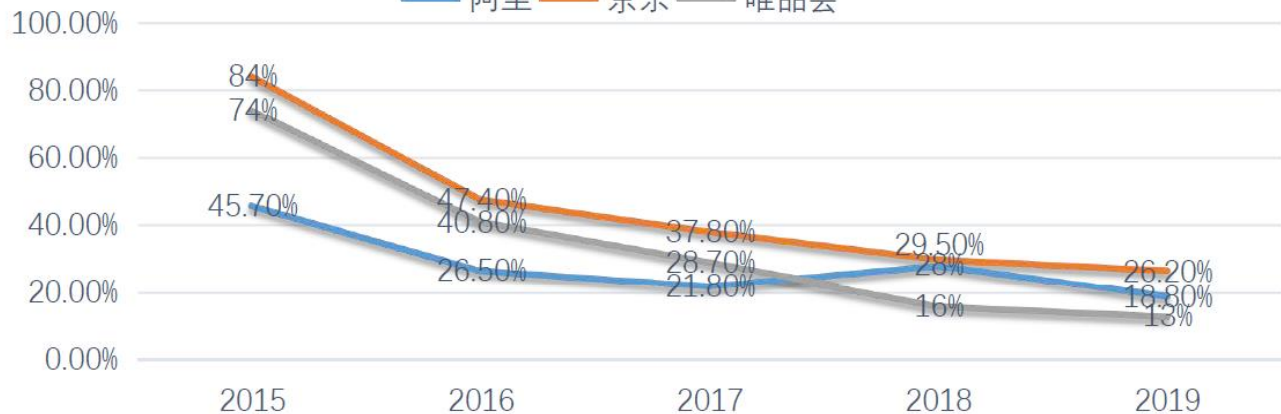
从“拉新获客”转向“深耕客户”，
以实现长期、可持续增长

数据来源：艾瑞分析

4 公域流量

三大电商平台历财年GMV增长情况

— 阿里 — 京东 — 唯品会



数据来源：联商网零售研究中心

旧模式

被动投放

持续大量投入营销费用，实现拉新获客



新模式

构建内容生态，主动吸引

用创意和内容吸引用户关注，导入企业自有的、可持续的私域流量池

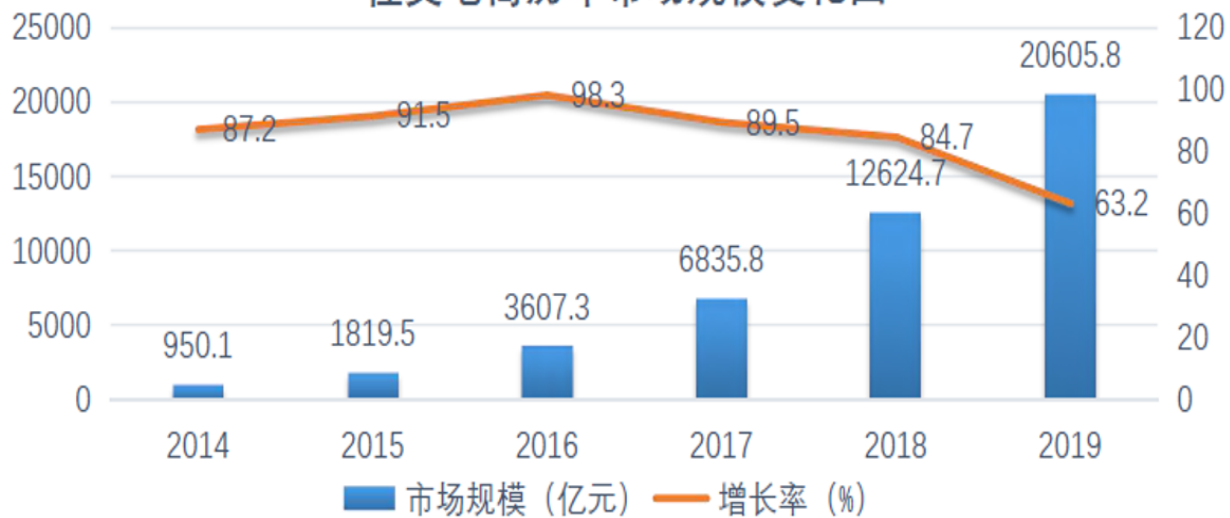


iClock
INTERACTIVE

2020

5 私域运营

社交电商历年市场规模变化图



数据来源：联商网零售研究中心

旧模式



新模式

企业无法支撑品牌自有.com 线上商城自运营

受困于用户连接能力、支付闭环能力等因素，企业往往无法自建线上店铺，也只能维护顾客的静态CRM数据

利用微信和网红生态，企业可 运营私域流量

联动线下触点、整合线上渠道、私域流量运营、会员体系打通，沉淀数据资产；丰富跟顾客的互动体验

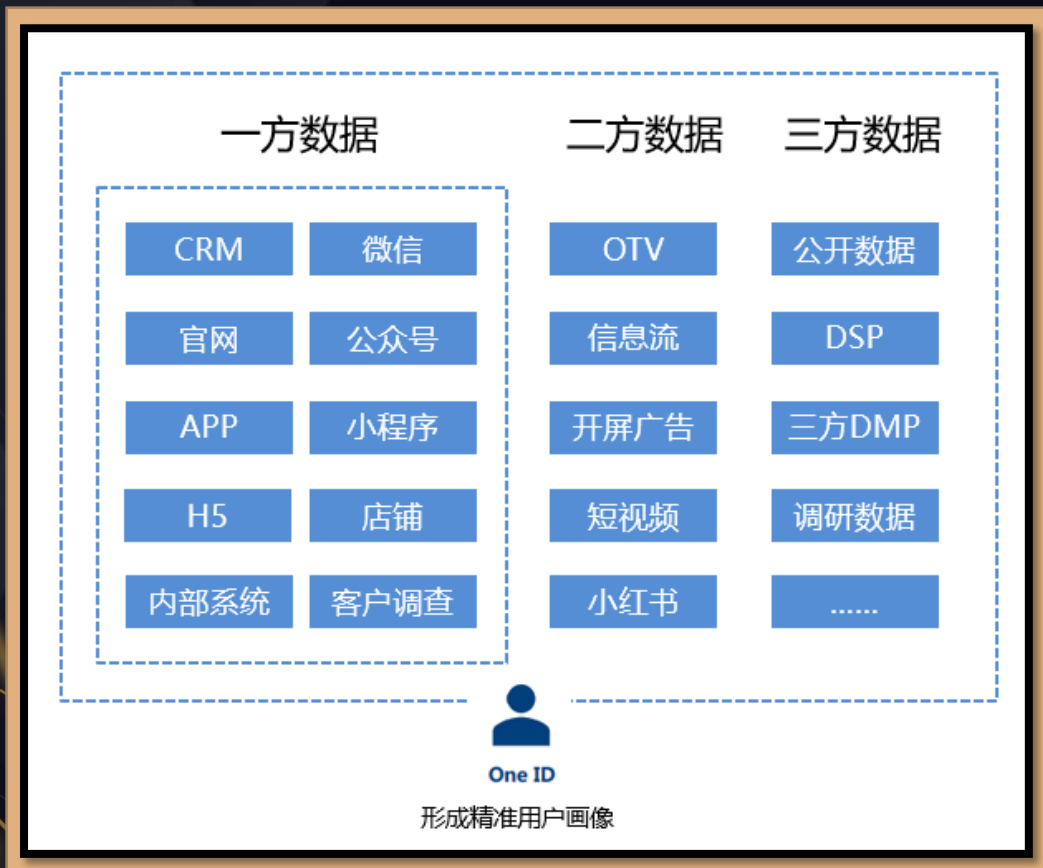


iClock
INTERACTIVE

2020



数据积累



旧模式



新模式

广告到企业私域的数据不连通

三方数据割裂，企业难以积累精准用户画像，
投放效率低下

构建自有CDP数据平台，数据打通

精准用户画像和数据标签，实现精细化运营，
提高变现效率

7 线上&线下

	普通零售	私域零售
人	消费者	消费者、销售者属性可交互
货	货架式陈列、平台搜索顿、品牌力吸引	推荐式呈现、发现式购买、口碑吸引，田间地头的展现
场	店铺、线上平台（例：天猫、京东、拼多多、苏宁易购、网易严选）	社群、朋友圈、内容社区、短视频、直播间、自媒体推文

旧模式

消费场景相互割裂，数据不通

线上与线下渠道分隔，对消费者了解不足



新模式

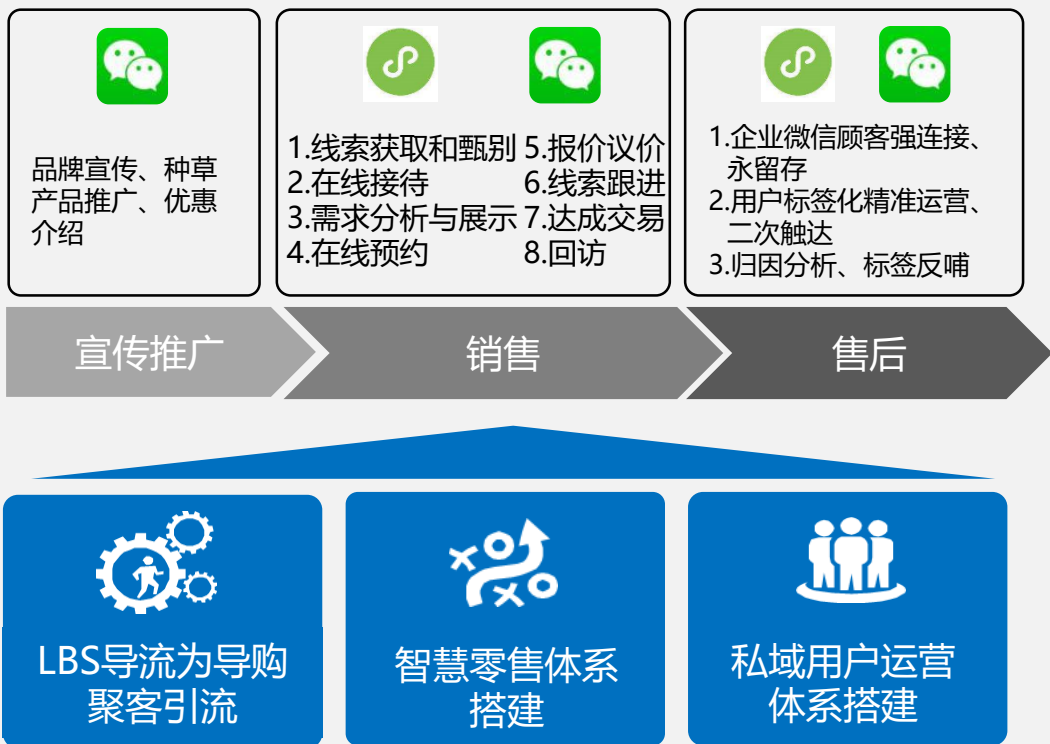
线上线下打通，商业场景融合，业务流程重构

基于社交生态重构人、货、场三方关系，连通线上线下消费场景

品牌在新模式下如何运营? —— 爱点击的新主张

围绕**微信**和**网红生态**, 搭建品牌私域的**产品和运营体系**, 构造企业数据流, 打通全渠道触点, 积累关于顾客的**数据资产**, 使用数据资产重构营和销的场景, 做到让**“营和销, 都有数!”**

微信生态：顾客经营



网红生态：新内容促进顾客互动



案例推介：韩束 (KANS) 私域流量运营案例

爱点击集团旗下畅移科技围绕微信生态，利用腾讯有数、自研畅移CDP系统和SCRM产品等，基于“公私域联动”和“多级长效ROI”，实现韩束品牌流量的“长效运营”。



全链路的私域运营

公私域流量联动

长效用户运营

全链路数据追踪

精细化广告投放 实现长效ROI增长

- 数据平台打通
- 精准人群定向
- 私域流量承接与转化
- 用户行为建模分析
- 精细化投放策略
- 后链路长效运营复购

系统工具提升运营效率

- 企微SCRM公众号用户管理工具
- 私域运营规模化管理工具

即时ROI

1.27

利益点吸睛，刺激即时转化

3个月ROI

2.05

大力度的营销配合，反复激活

累计商城GMV
3000万+

整体复购订单占比
31%

月均支付转化率
6%+

广告拉新用户复购率
3个月 20%

案例推介：耐克 (NIKE) 品牌内容营销案例

爱点击凭借自研内容营销数据平台，对品牌调性进行深入的洞察与细分，瞄准特定领域明星&KOL，用丰富的话题充分满足当下消费者的多种诉求，引爆UGC，圆满完成此次NIKE与小红书的首次合作。

数据洞察 | 内容创造 | 流量获取 | 营销闭环 | 留资评分 | 长效运营

NIKE Joyride新品上市 #跑出点乐子 创意传播

发起话题#跑出点乐子，由明星和KOL带头响应，吸引平台上的普通用户跟风参与，共同玩转品牌话题，实现话题传播与UGC增长

明星笔记 (周洁琼+沈月) 拉开序幕

KOL批量转发，引爆“消费场景革命”

玩转话题：时尚跑/创意跑/健康跑/城市跑

新品上市集中种草，活动信息批量覆盖，带动消费者种草及购买

曝光量

2051.8万次

阅读数

58.3万次

互动数

2.99万次

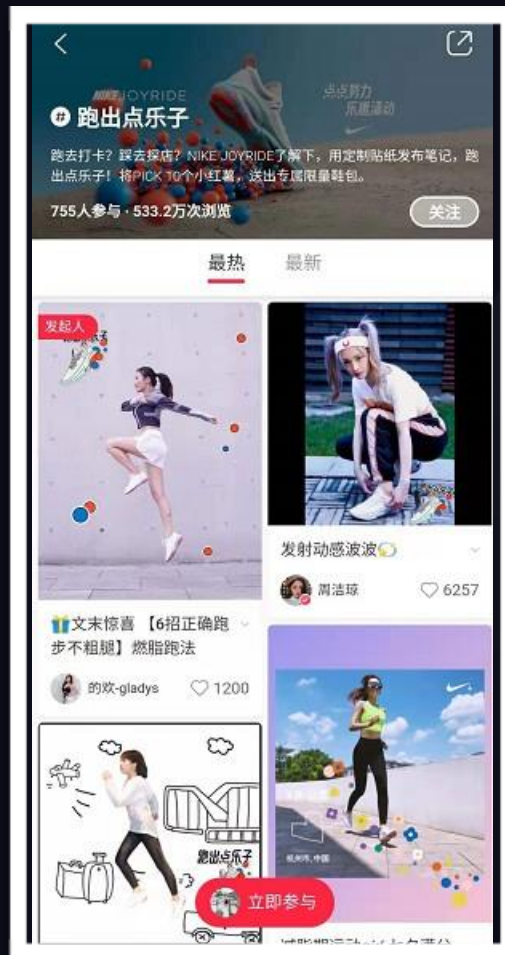
短期快速大曝光

达成目标

赢得口碑

执行策略

达成效果



时尚跑

搭配够好看，
才能领跑时尚潮流！

创意跑

穿上NIKE Joyride，
体验踩在云上的舒适感！

健康跑

专业弹性鞋底设计，
减少运动伤害！

城市跑

步伐不停但并不妨碍你，
欣赏你所在的城市风景！



iCLICK
INTERACTIVE

2020

让营销都有数

爱点击数字化运营·纳斯达克上市第一股

iClick Interactive Asia Group Limited, NASDAQ:ICLK