LUOLAI GROUP 罗莱生活

大数据消费是奢侈品还是快消品

2018全国消费品CIO大会

罗莱生活王歆

奢侈品

一种超出人们生存与发展需要范围的，具有独特、稀缺、珍奇等特点的消费品”，又称为非生活必需品。

快消品

“消”即消费，快消品即指那些使用周期短，易重复使用的产品，“快消品”一词来源于商家对此类产品的研究，等多类产品的概述

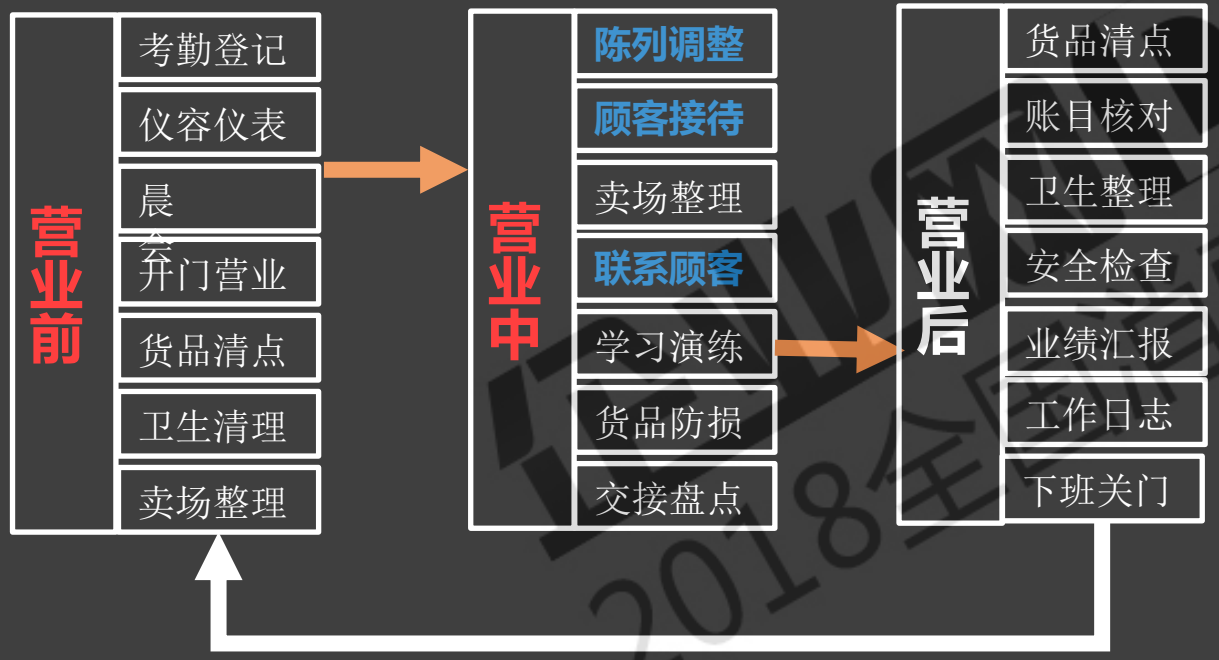
DIN 2018全国消费品CIO大会

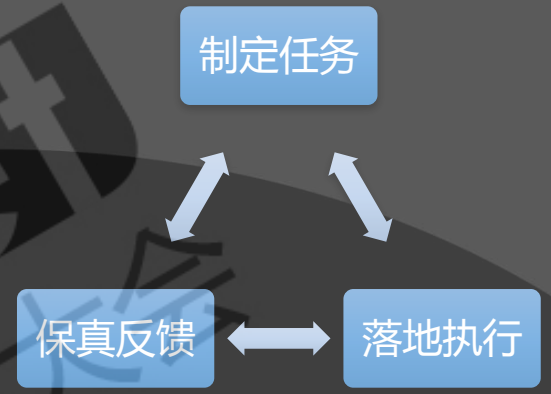
虚求	嘘求	需求
组织架构变化	空降高管思维	一线场景赋能
流程剧烈变动	要政绩非收益	以消费者体验
以技术为自嗨	经验主义作祟	容器思维优先

2018全国消费品CIO大会

LUOLAI GROUP 罗莱生活

导购正常工作的一天





- 离线会员变在线会员
- 组织层级化，沟通扁平化
- 个人会员变组织会员
- 现场顾客（会员）沟通多触点
- 离场顾客（会员）沟通碎片化
- 工作场景娱乐化

LUOLAI GROUP 罗莱生活

罗莱私享家

门店坐等进店流量

导购服务获取流量

产品展示得到信任

服务用心获取信任

选择 & 频率

LUOLAI GROUP 罗莱生活

接触 \ 消费		
	高频接触 **低频消费** 手机	**高频接触** **高频消费** 星巴克
	低频接触 **低频消费** 罗莱家纺	**低频接触** **高频消费** 油盐酱醋

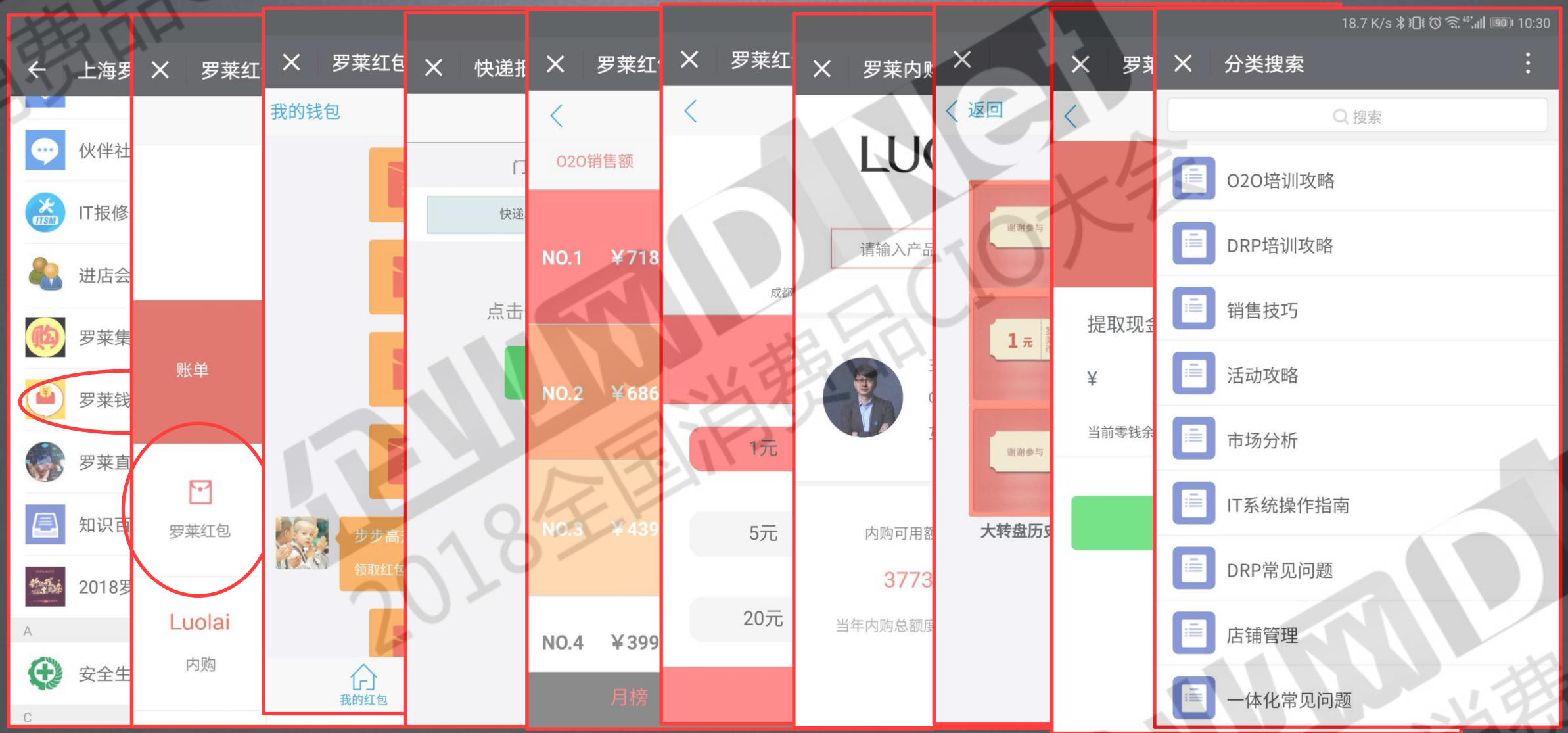
2018 消费品CIO大会

大数据的价值产生的过程

LUOLAI GROUP 罗莱生活
2018全国消费品CIO大会

即时反馈的呈现

LUOLAI GROUP 罗莱生活



数字化十个图景

LUOLAI GROUP 罗莱生活

数据消费需图景
图景应用靠心理
心理固化要行为
行为数据场景化

启动效应 1

互惠性 2

迈因霍夫现象

社会性影响力

价格

厌恶损失 9

10 分类效应

数字化场景的崛起，
人员必须更加
所思所想。前
早利用网络社
的营销公司Hubspot
销战略经理金尼·米尼
了十个心理场
念基于对人类
握它们，不仅
感知、预测能
我们有效地进
跨界思考。

互惠性。
《影响力
地送上-
不确定
锚定效应
一样，把
价商品，
价格，我

体贴
当你

的锚
的特
真实

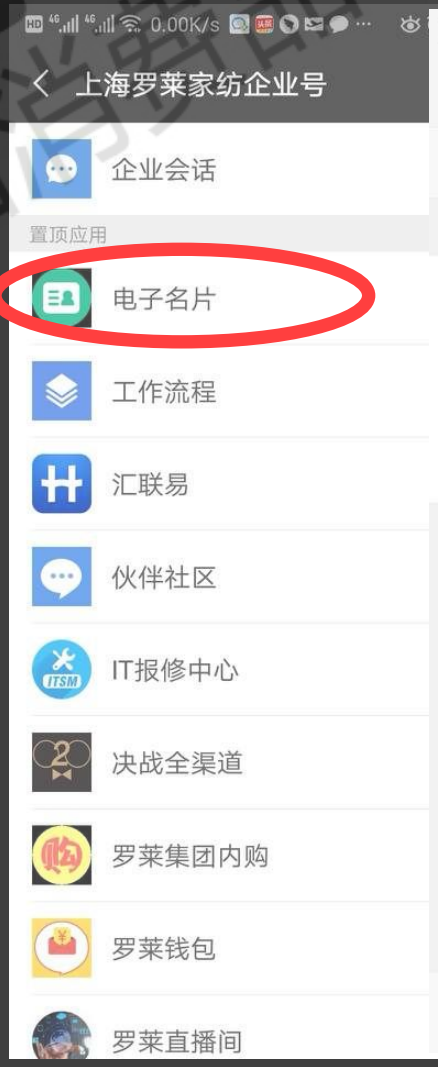
LUOLAI GROUP 罗莱生活

鸡肋也可以营销

2016年7月中卫站

罗莱电子名片

LUOLAI GROUP 罗莱生活



LUOLAI GROUP 罗莱生活

消费者所需要的全渠道体验历程

售前 | 售中 | 售后

商品浏览/搜索 → 获取优惠券 → 查看评论 → 商品扫码 → 门店位置查询 → 进店 → 商品体验

商品对比 → 意愿分享及讨论 → 与商家互动/咨询 → 购买/下单 → 移动支付 → 微信支付 → 订单扫码 → 购买/下单

晒单 → 评价 → 分享 → 与客服沟通 → 反馈 → 个性化资讯/商品推送 → 退换货

1 同类商品 | 相关促销 | 相关赠券 | 精准广告

2 门店推荐 | 意愿判断

3 热卖商品 | 关联商品 | 交叉销售 | 向上销售

4 偏好商品 | 关联商品

风格/偏好

需求预测

需求分析

会员属性-年龄

精准营销-个性化实时推荐引擎

精准营销-个性化周期推荐引擎

BI平台

离线大数据分析平台+流计算平台

数据无疑是数字化运营的支撑，也是构建卓越的客户洞察能力，实现精准的高效销售运营的支撑

LUOLAI GROUP 罗莱生活

消费者数据

分析&建模

1. 消费者价值分群
2. 消费者生活方式分群
3. 品牌认知模型
4. 购买决策可能性预测

消费者洞察

消费者特征标签

基本资料
- 年龄
- 收入
- 家庭结构
- 爱好
- 运动

消费
- 品类
- 金额
- 品牌层级
- 购买影响
- 支付方式

网上行为
- 浏览网页
- 购物
- 兴趣点
- 游戏及娱乐

价值符号
- 自由
- 精英
- 享受
- 认同品牌理念

市场和销售分析

消费趋势 | **促销效果**

服务水平 | **销售预测**

行动

战略洞察

商品计划

产品设计

补货和货架陈列

个性化服务

罗莱相册

LUOLAI GROUP 罗莱生活

罗莱相册

LUOLAI GROUP 罗莱生活

店铺数

店人数

做到既得到坐商转行商

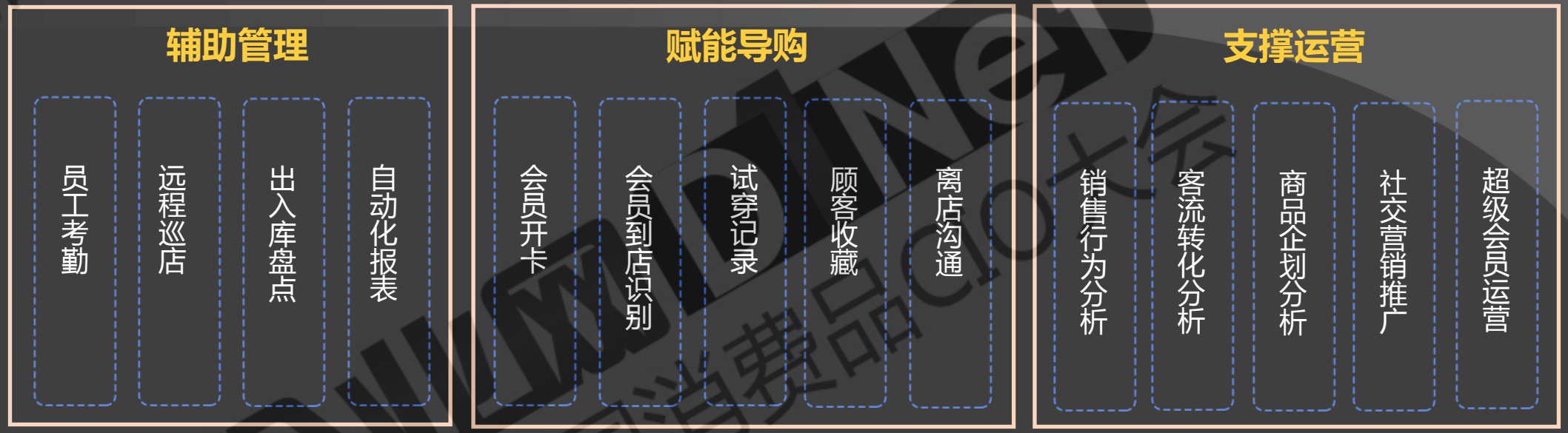
2487*4*10

0

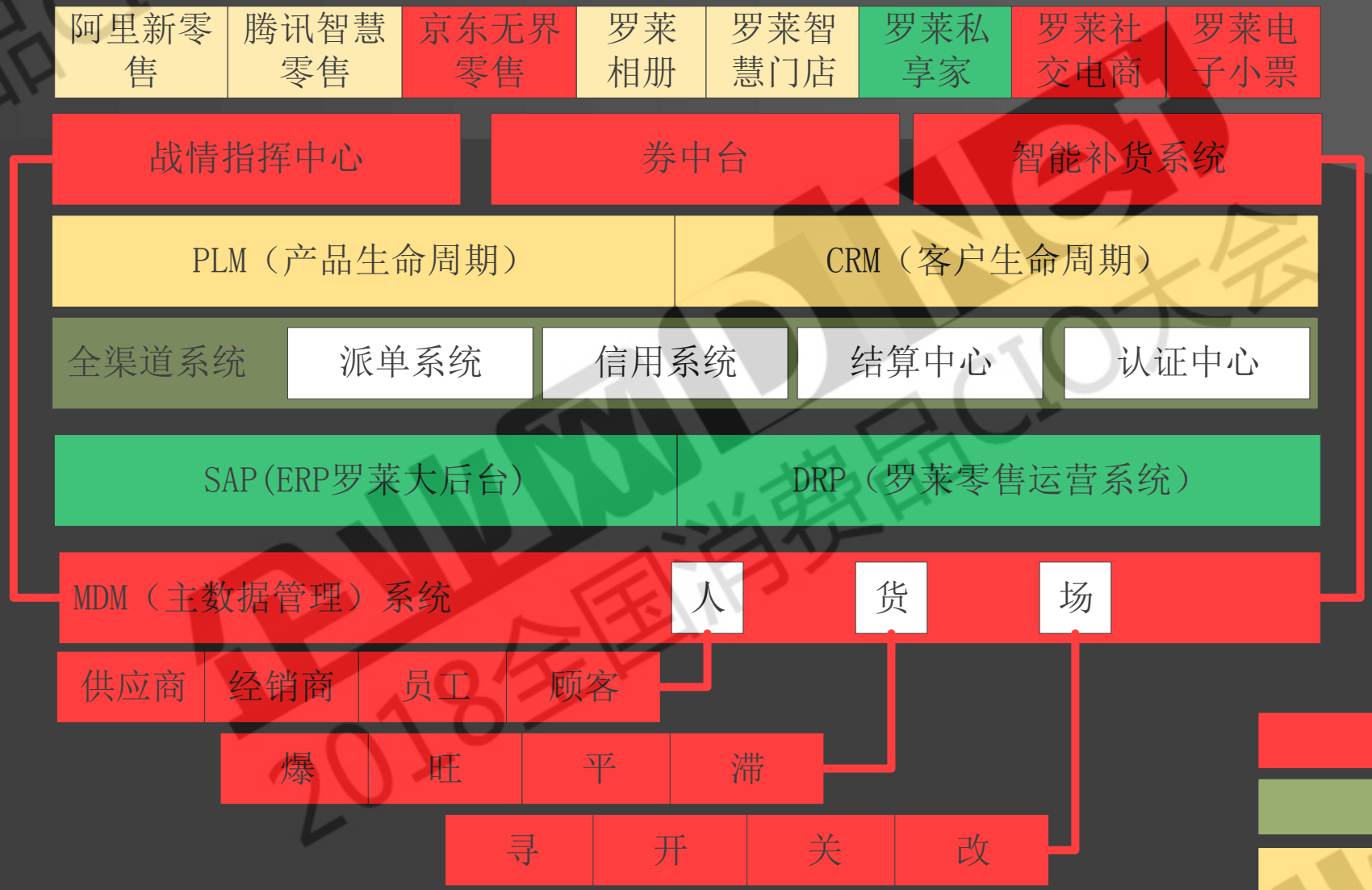
534,682,40

“智慧门店”方案设计

- 新零售时代，“智慧门店” 整体方案架构：



罗莱整体新零售规划图


阿里新零售
腾讯智慧零售
京东无界零售
罗莱相册
罗莱智慧门店
罗莱私享家
罗莱社交电商
罗莱电子小票
战情指挥中心
券中台
智能补货系统
PLM（产品生命周期）
CRM（客户生命周期）
全渠道系统
派单系统
信用系统
结算中心
认证中心
SAP(ERP罗莱大后台)
DRP（罗莱零售运营系统）
MDM（主数据管理）系统
人
货
场
供应商
经销商
员工
顾客
爆
旺
平
滞
寻
开
关
改
未建
已建
在建

LUOLAI GROUP 罗莱生活

深睡眠的事不再难

和谁睡才最重要

好睡眠 选罗莱

2018全国消费品CIO大会

LUOLAI GROUP 罗莱生活

让人们享受 健康、舒适、美的 家居生活！

罗莱人的使命

2018全国消费品CIO大会

谢谢

如果你喜欢罗莱生活**王歆**,欢迎关注

2018全国消费品