

数字化环境下的传统企业 转型探索

洋河股份信息技术部部长 余腾江



一切业务数据化、一切数据业务化

你需要什么就去找“合适”的服务！

让数据来为你智能推荐最佳服务！
(数据交叉, 用户识别度的价值, 关系数据, 数据还原用户真实需求)



从白酒行业和洋河战略看数字用户资产运营

白酒行业
黄金十年

固定资产投资驱动
非理性高速增长

调整期

纯粹市场竞争
(去库存去产能、挤压式增长)

复苏

未来？

未来白酒行业是消费者需求主导
行业发展

渠道导向

研究终端
(酒店渠道占比高)

消费者导向

研究意见消费领袖
(政商务消费引领)

未来？

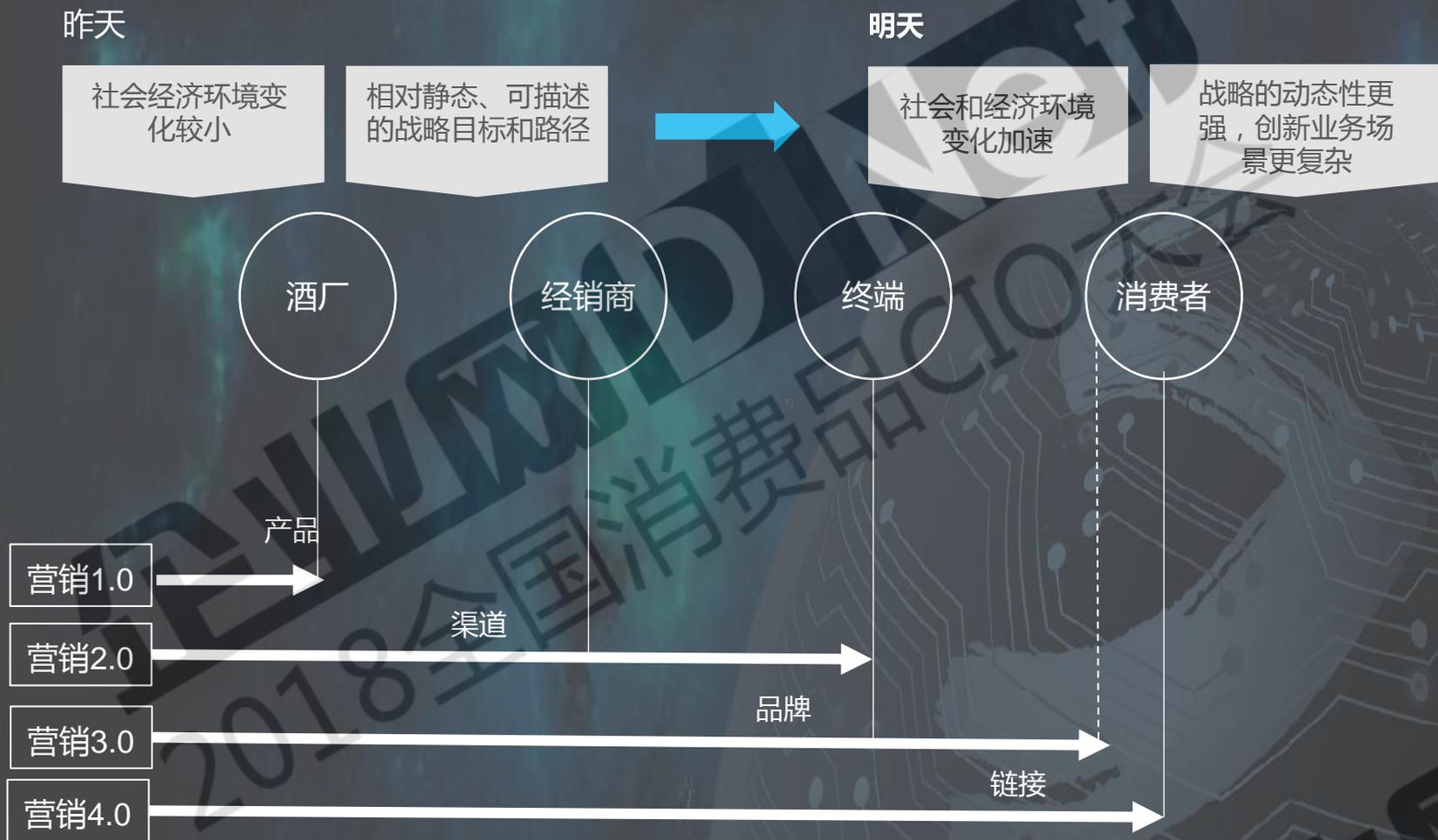
研究大众消费者
(大众消费成为主流)

消费升级

消费者：千人一面 千人千面

只有用户数字运营为载体的社群化、权益化、交互化才能真正满足千人千面的需求

洋河对营销四个阶段的认识



CIO大会



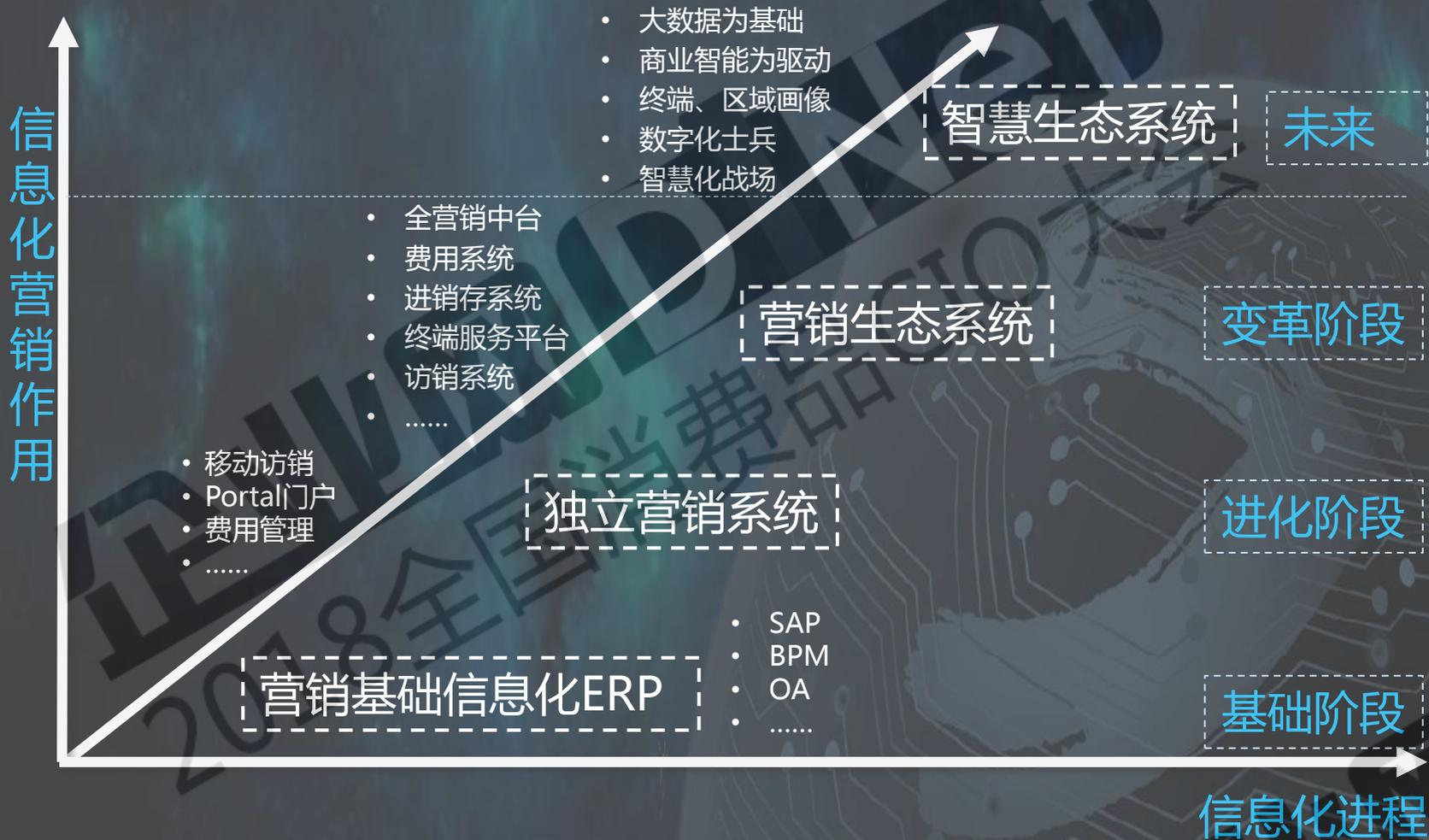
数字化转型的目标



企业网DINET
2018全国消费品CIO大会

企业网

信息化发展历程



数字化转型背景

在互联网时代数字化浪潮下，过去成效显著的业务模式将被数字技术创新所颠覆，传统企业面对数字化的挑战，必须具有自我颠覆意愿，否则将无法适应时代的发展



传统企业价值链变化



消费者场景变化



新技术的发展推动

数字化转型目标

通过构建全渠道价值链生态系统，实现业务信息化、终端在线化、用户数据化三大目标。



用户数据化

终端在线化

业务信息化

数字化转型目标

打通客户体验到供应链的全场景和全链路数据自从，进行数据整合、分析、应用和增值，赋能运营和决策。

三个管理主体



用户数字化

全触点互动

- 品牌和消费者社区
- 定制触达沟通
- 品效合一的营销活动
- 多渠道获取客户
- 产品和服务促销

全链路体验

- 关注、兴趣、交易、忠诚
- 自助服务和体验
- 个性新品
- 实时定价

全渠道融合

- 多样化业态创新
- 数字化门店改造
- 全链路线上线下融合
- 提供客户服务



渠道在线化

全渠道运营

- 大数据研发
- 全网商品、品类运营
- 全渠道订单和库存
- 神经网络渠道构建
- 统一支付结算
- 运营监控和决策

业务信息化

供应链网络生态协同

- 供应商生态构建和动态优化
- 面料辅料供应商、设计师、成衣生产、仓储物流等供应商业协同
- 提升预测和流式门店补货
- 对消费者需求和竞争变化的自反应、自适应和自优化



品牌数据聚合、应用和增值

- 聚合：消费者唯一识别、沉淀和聚合消费者全网A IPL实时行为闭环和标签以及其他数据（供应链、商品运营等），实现数据可视花、可评估、可运营、可优化
- 应用：基于洞察和分析构建优化消费者生命周期管理，提高预算ROI和量化决策质量
- 增值：通过不断应用和共享提高数据价值和数据增量，提升数据资产整体价值

CIO大会



企业网DINET

2018全国消费品CIO大会

渠道在线化

企业网

渠道在线化

构建全营销业务中台

构建互联网级业务中台，支撑渠道业务落地、新零售业务创新



构建渠道价值链

构建面向业务员、经销商、终端、消费者的全营销生态价值链，为用户提供高效、便捷的业务操作体验

提升终端、订单、费用真实性

提升终端真实性、订单真实性，费用真实性，提升费用核销效率

系统架构支撑未来业务创新

互联网级微服务架构，支撑多用户、高并发，支持私有云部署，支撑未来业务创新

以服务为导向的系统平台

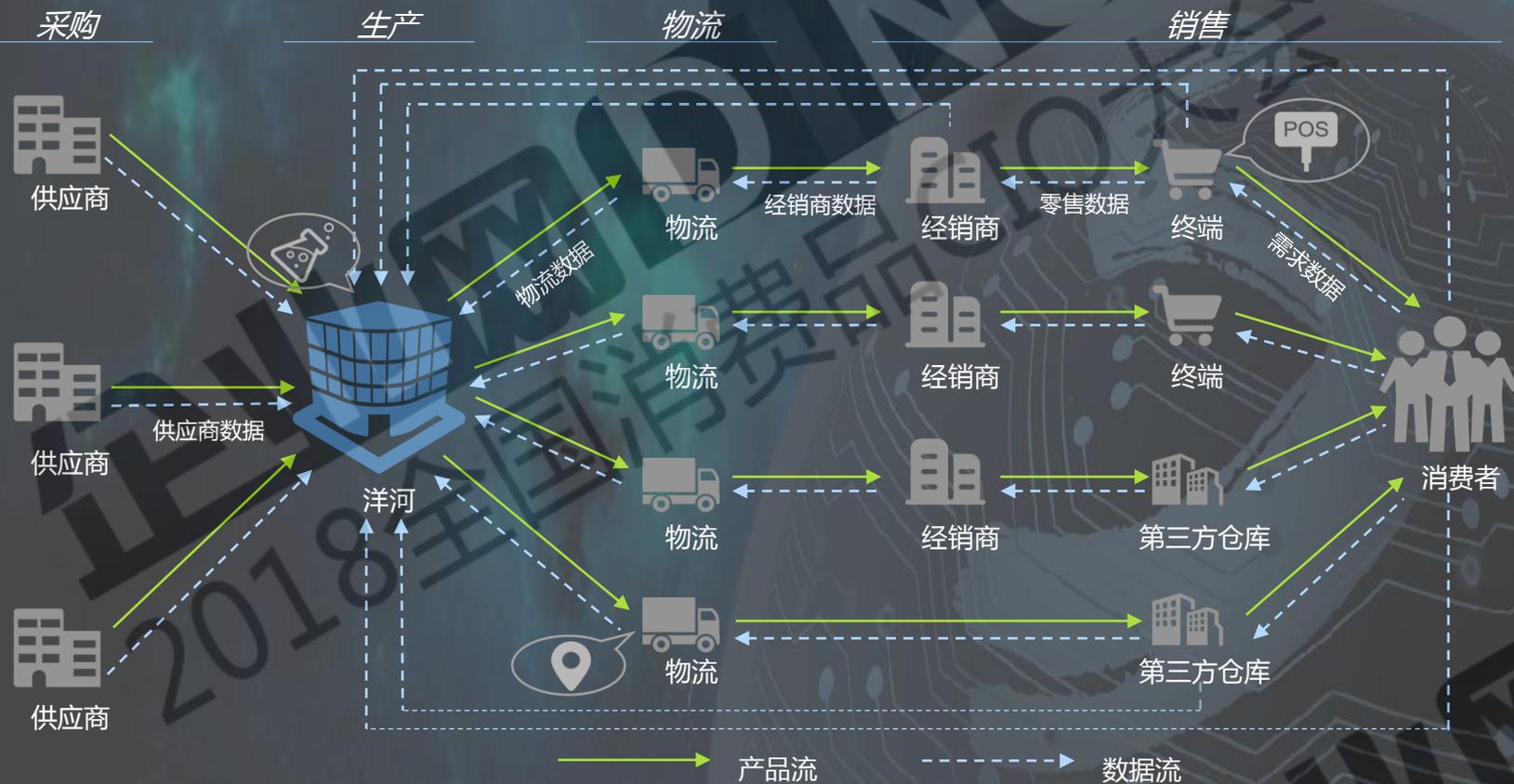
服务一线管理团队；构建经销商、终端服务平台提升渠道效率增加渠道推力

全营销数据中台

通过整合渠道营销资源，构建业务数据中台，对交易数据进行挖掘建模和分析

渠道在线化

通过智慧渠道平台，结合大数据应用实现消费者、终端网点、经销商、酒厂的全闭环管理，实现端到端的价值链打通。



渠道在线化

打通端到端的价值链，解决管理痛点

痛点

终端门店&消费者

- 精准营销难开展，较难采取的正确行动来干预消费者、终端行为，提升洋河品牌形象和市场话语权

经销商端

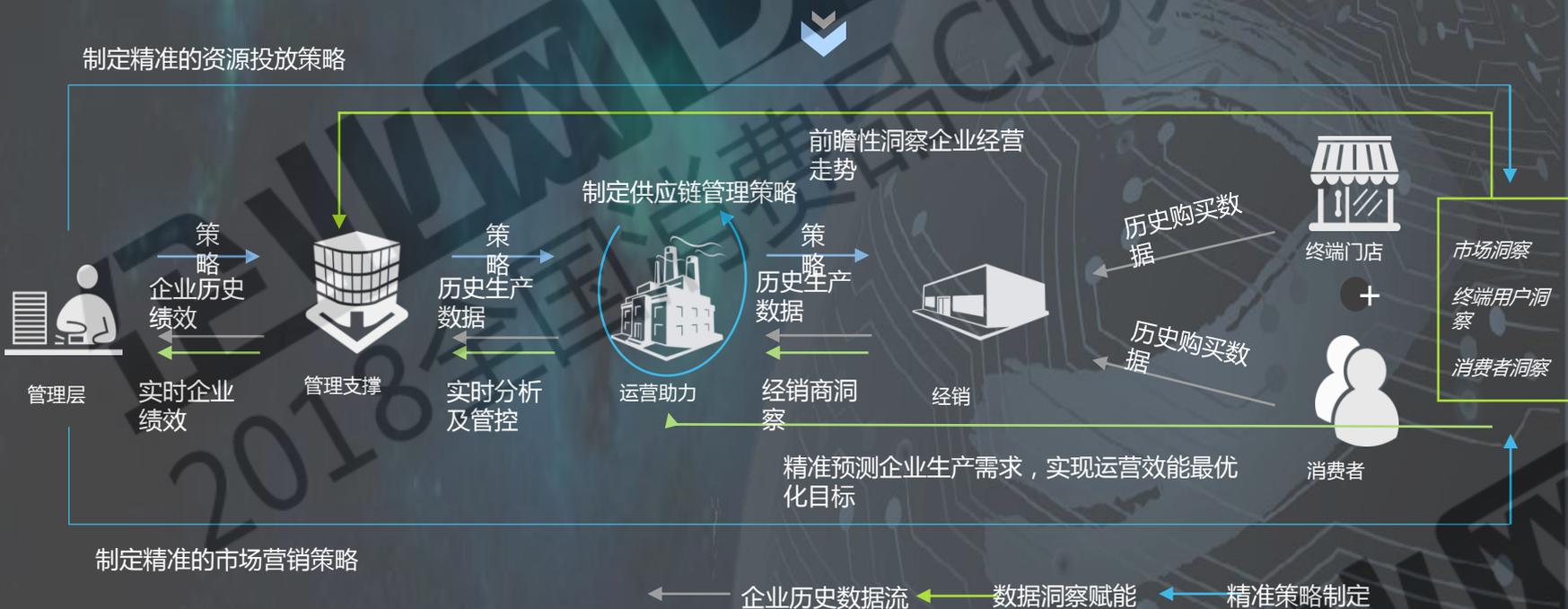
- 经销商难管理，不了解经销商真实的销售情况，较难掌握洋河产品真实的销售情况

运营助力端

- 运营效能最优化难实现，协调工作庞大且复杂，缺少科学、合理的抓手协助企业实现效能最优化

管理支撑端

- 管理支撑缺乏前瞻性，无法实时反馈企业绩效现状，输出高响应的正确决策



渠道在线化

构建全渠道订单闭环



三码关联 经销商扫码，终端扫码，消费者扫码，货物流向真实性提升
进销存信息、货物流向信息实时可见

渠道在线化

利用人工智能实现赋能渠道

构建人工智能平台，结合实际的业务场景，以轻量化、可持续地方式收集到大量线下的渠道陈列、渠道宣传、市场表现等一系列优质数据。以新技术的场景化应用为支点，推动业务效率提升，同时结合企业内部营销、生产数据分析应用，提升渠道洞察力，为营销模式创新创造条件。



图像识别

- 图片相似度识别
- 图片翻拍识别
- 图片分类识别
- 人脸检索
- 人脸相似度识别



文字识别

- 营业执照识别
- 发票识别
- 身份证识别
- 手写连体数字识别
- 价格标签识别



目标检测

- 陈列识别
- 人头识别
- 户外大牌识别
- 门头牌识别
- 视频中指定特征检测



语音识别

- 说话人辨认
- 语音识别
- 语音合成



其他

- 全景拼接
- 场景去重
- 移动端识别

渠道在线化

建立终端标签体系



地理位置

适销终端
高潜力终端
地理位置不好
周围烟酒店多
周边住宅区
邻近车站
交通要道
地处景点



客流量

客流量密集
常客熟客量大
游客
团购
客流量低
一次性客户多



税务诚信

税务良好
诚信可靠
费用真实
诚信度低
诚信预警
货款结算信用好



酒品销量

洋河销量好
白酒销量高
销量快速增长
白酒销量不好
酒类动销差
销量下滑厉害



产品品类

酒品齐备
专卖店
经常接窜货
产品售价严重偏低
竞品各类齐全
本品品种少

CIO大会



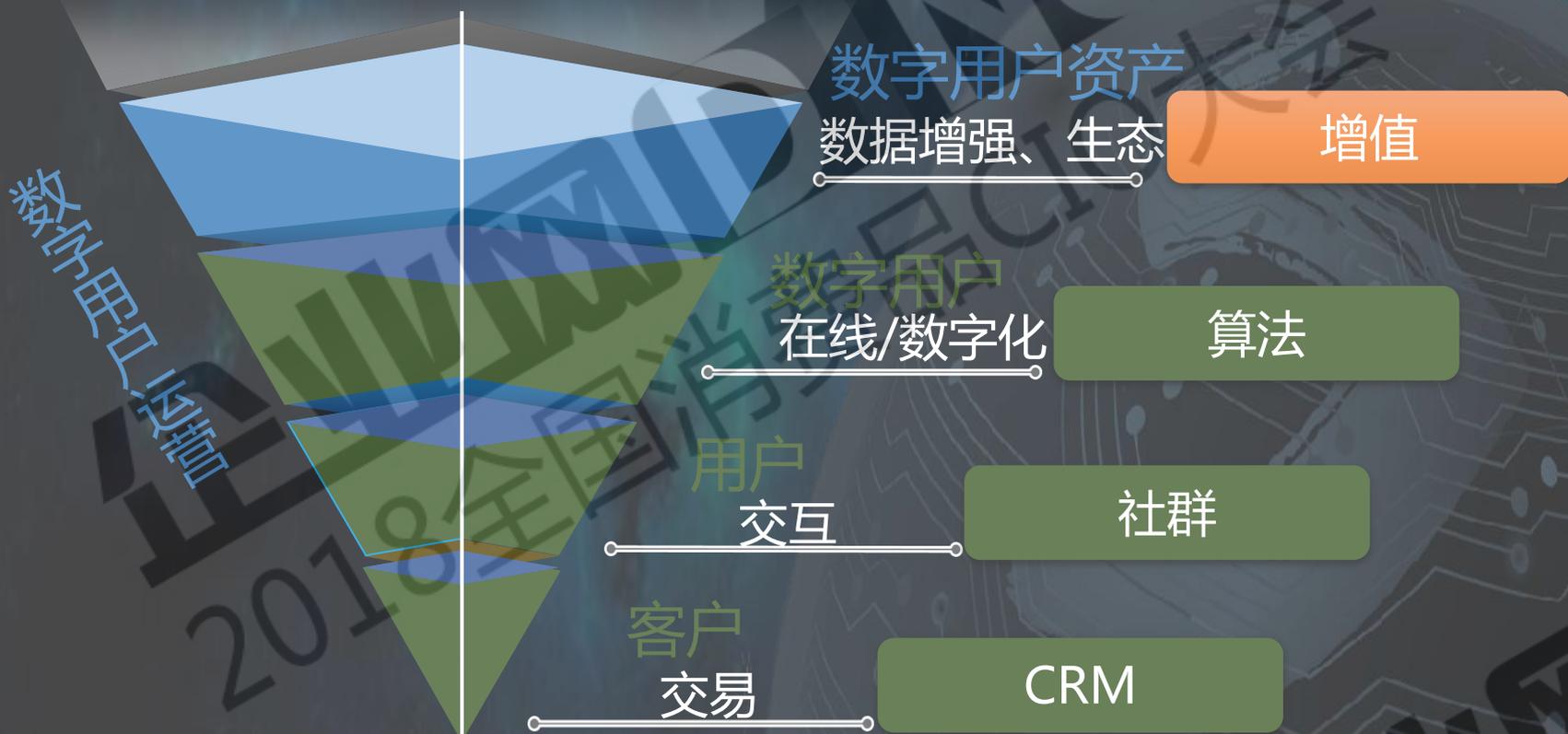
企业网DINET
2018全国消费品CIO大会

用户数据化

企业网

用户数据化

数字企业核心特征是“数字用户资产”



用户数据化

利用强账号+标签体系，在合适的时间、地点提供合适的礼遇，增强消费者黏性



用户数据化



智能化

捕捉消费者实时行为并进行自主判断；构建自学习用户标签，生成实时、动态的消费者认知；集成可配置智能化营销场景，自主进行决策研判。



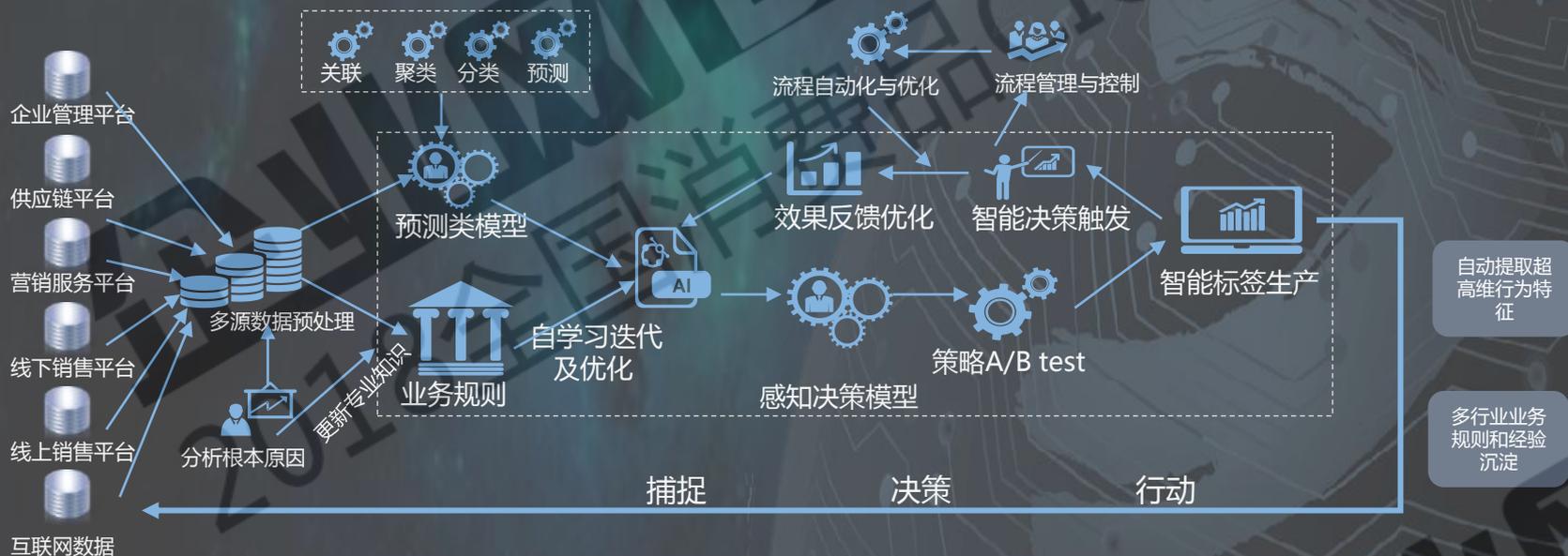
自动化

基于统计分析、数据建模、数据挖掘、机器学习等大数据和人工智能技术，结合客户生命周期场景，实现营销全流程的自动化。



高效化

扎实的行业知识体系，并预置在产品中，令企业的营销事半功倍。



用户数据化

用户行为曲线：行为=动机+能力+触发物



用户数据化

- 精准站外营销[人群扩散+广告触达]
- 进展效果评估[参数配置+报表查看]

- 友好式场景定制
[友好度打分+分享触达]
- 传播数据跟踪
[参数配置+报表查看]

- 多渠道转化激励
[渠道偏好+内容触达]
- 多场景贴身服务
[行为跟踪+内容触达]



- 营销人群持续关注
[用户分群+报表查看]
- 流失沉默激活
[行为跟踪+内容触达]

- 个性内容推荐
[规则定制+展示引擎]
- 持续体验优化
[体验监控+内容触达]

用户数据化

社群化—多渠道引入，通过社群积淀成用户资产



用户数据化

构建了统一会员体系，
通过标签体系和大数据分析
获取精准会员画像，实现精
准会员营销



WIFI数据探针



人脸识别摄像头



产品二维码



统一会员体系

“千人千面”
用户标签体系



包含10个大类，170多个小类，3000多个数据标签

CIO大会



企业网DINET

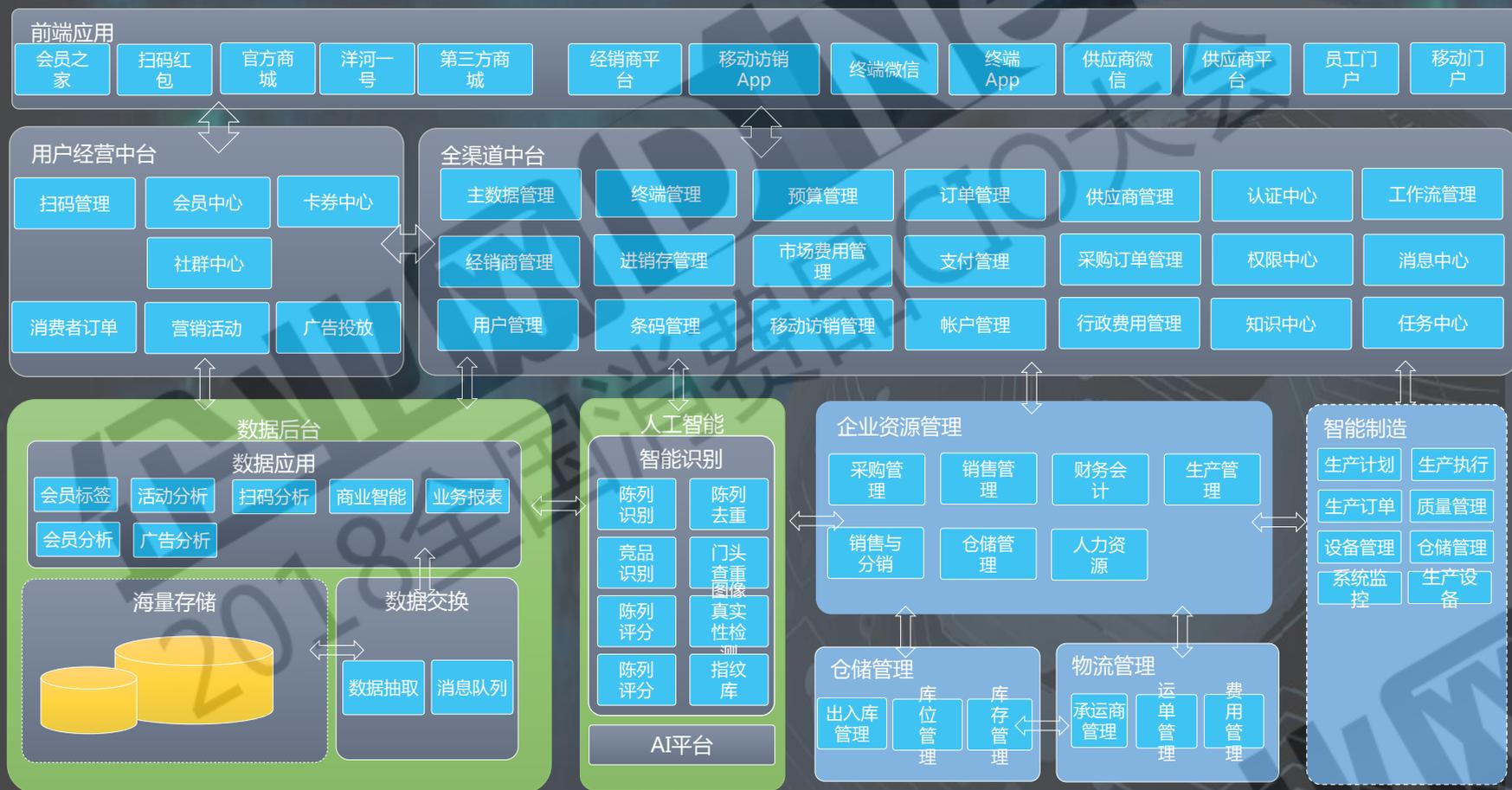
2018全国消费品CIO大会

业务信息化

企业网

业务信息化

基于微服务&云架构的洋河信息化平台



业务信息化

构建智慧供应链

智慧供应链的总体框架将通过核心ERP整合企业各项资源，并通过集成平台将数据贯穿至供应链各环节，通过高新技术的应用，实现营销、生产、采购等供应链体系的自动化处理，并全面支撑数字化运营模式的搭建。

□ 分析

通过新技术（云计算、大数据、人工智能）获取和评估客户订单、市场动向，生产过程及供应链情况。

聚焦
新科技应用

□ 自动

数据自动分析、系统自动响应（物联网、传感器、自动排产）



□ 贯穿

供应链数据贯穿至供应商生产过程，实时掌握供应链各环节生产情况。

聚焦
数字化平台应用

□ 集成

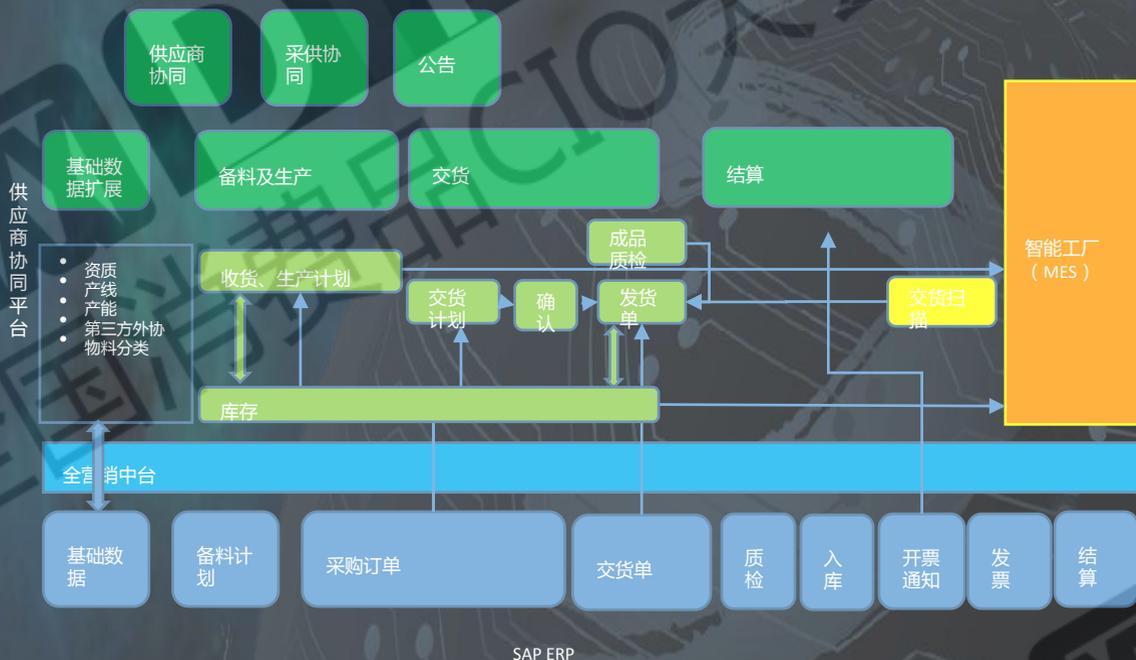
全面整合企业生产经营资源（核心ERP），将各业务链条纳入统一平台。

业务信息化

实现供应商高效协同

通过云技术，将供应商协同平台与SAP ERP和智能工厂等系统实现高度集成，实现对供应商关键原材料、半成品、产成品从库存到生产再到结算全过程的管理，打通端到端采购业务链，提高供应商业务协同效率。

- 供应商采购订单自动获取
- 供应商备料、生产、交货全流程管控
- 供应商智能化备货及交货计划
- 供应商扫码交货，打通与洋河智能工厂的信息渠道；
- 为洋河智能工厂自动化排产提供数据支撑。



SAP ERP

业务信息化

构建智能生产体系

通过智能生产平台将车间的生产过程实现透明化监控，实时精准掌握车间各生产环节数据：

- 通过自动化仪器、设备等自动采集各工序的生产数量；
- 通过按钮、传感器自动识别生产过程中的不良数据并进行分类；
- 通过与设备的对接实现生产运行速度、链道速度的信息收集。

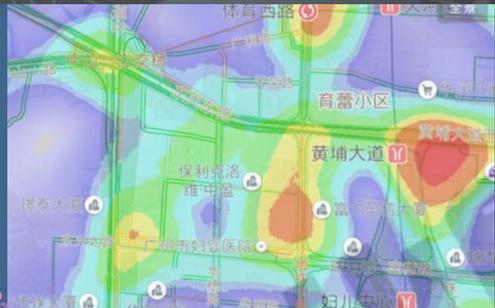
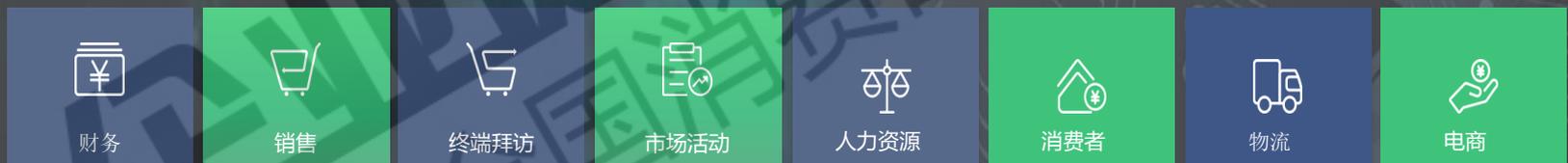
车间数据透明化应用场景



业务信息化

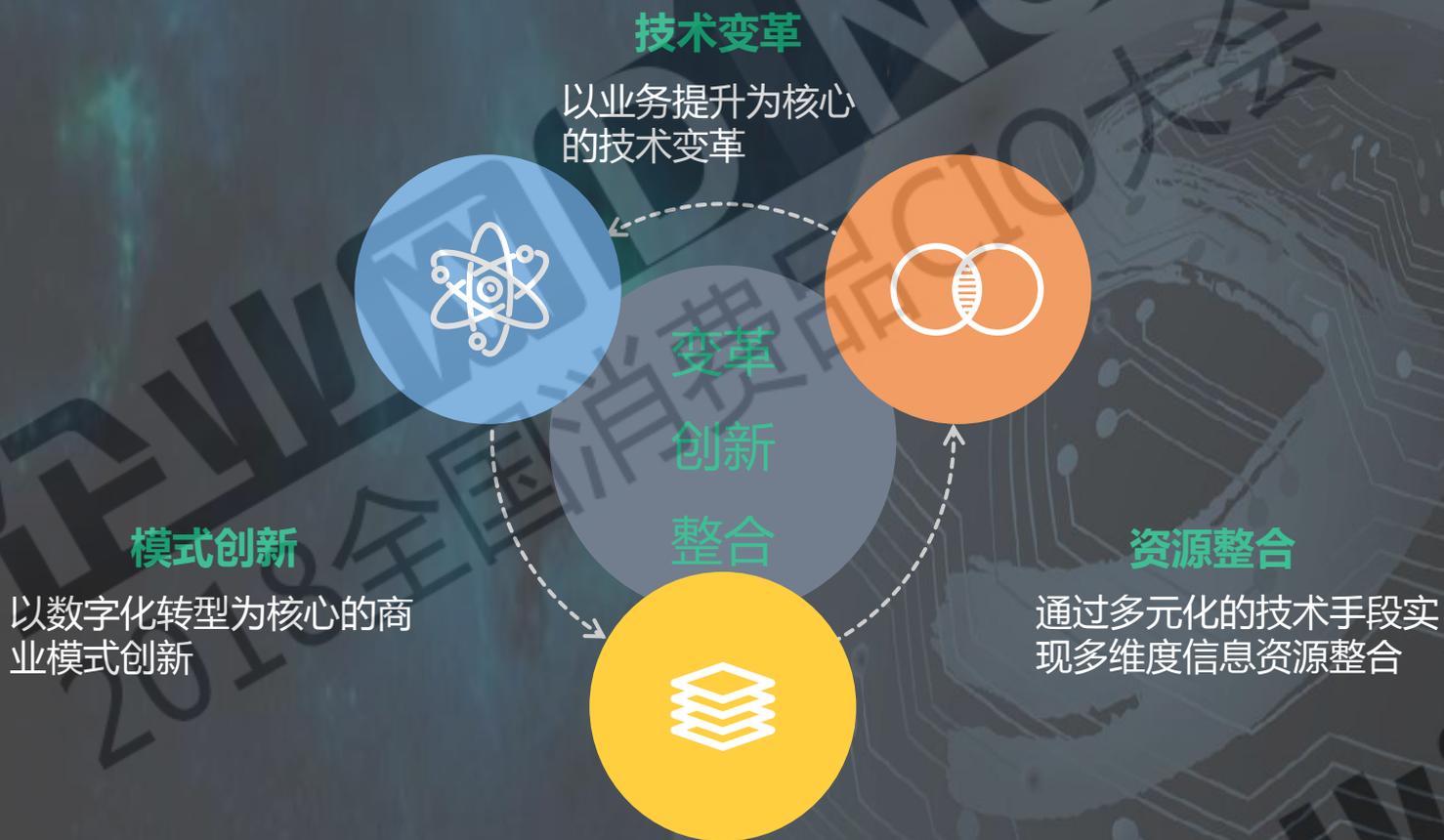
构建构建标准化数据分析体系

在大数据应用平台支撑下，建立标准化分析体系，为战略决策提供数据支撑



总结

通过智慧渠道平台，结合人工智能，大数据应用以技术推动营销和管理变革



THANKS

谢谢聆听