

海尔数字化营销探索与思考

海尔全球信息化平台 用
户营销IT总监 赵华伟

目 录

- 1 海尔的发展历程**
- 2 行业痛点与机遇**
- 3 海尔数字化营销策略**
- 4 数字化营销能力建设**

1、海尔的发展历程

踏准时代节拍，海尔六个战略发展阶段

连续2年蝉联全球唯一物联网生态品牌



生态品牌战略

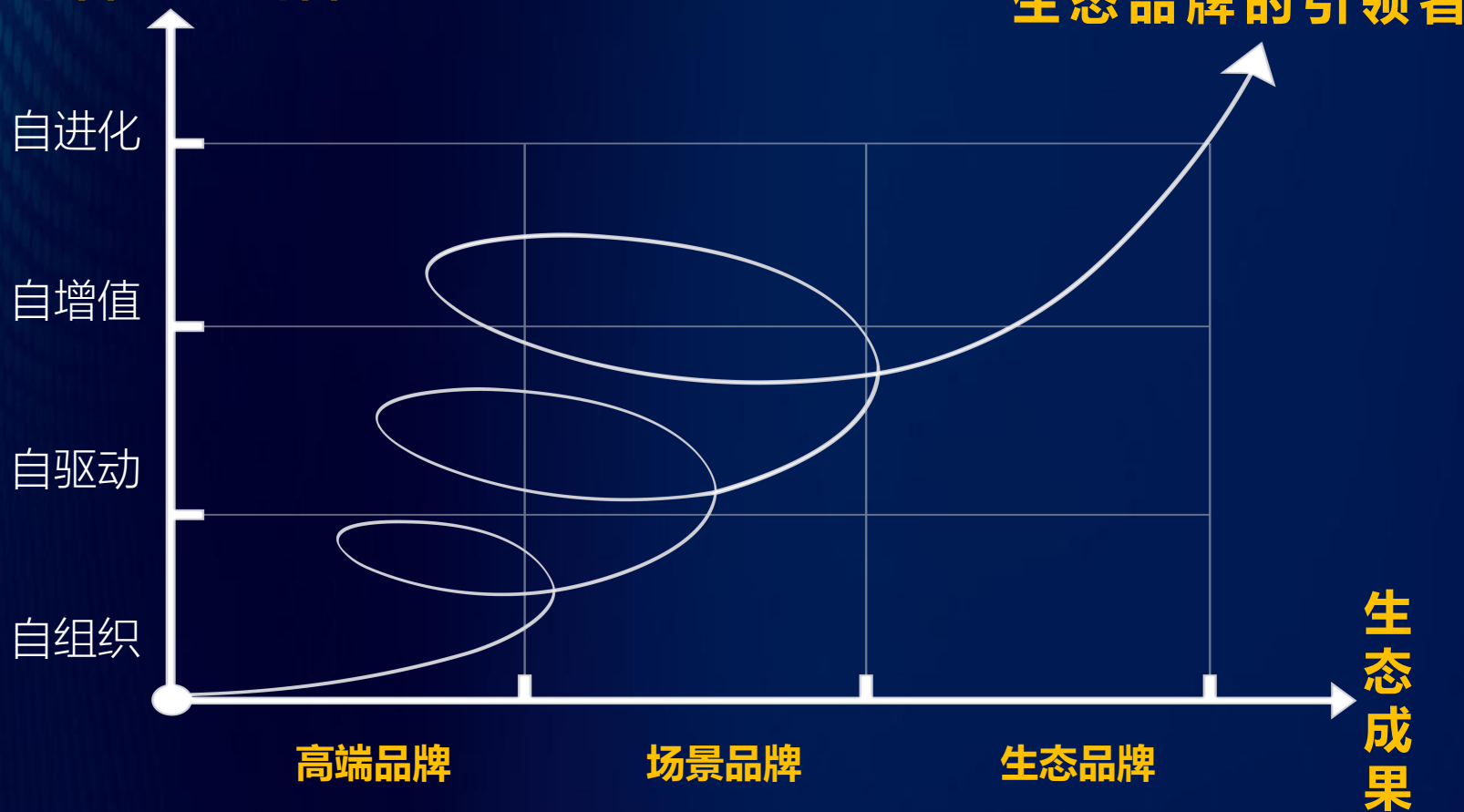


1、海尔的发展历程

1个物联网模式 + 3个品牌进化

创物联网智慧家庭
生态品牌的引领者

人单合一 链群合约



高端品牌

Casarte 高端第一

MONOGRAM

FISHER & PAYKEL

GE PROFILE

C A F É

DCS AQUA

CANDY

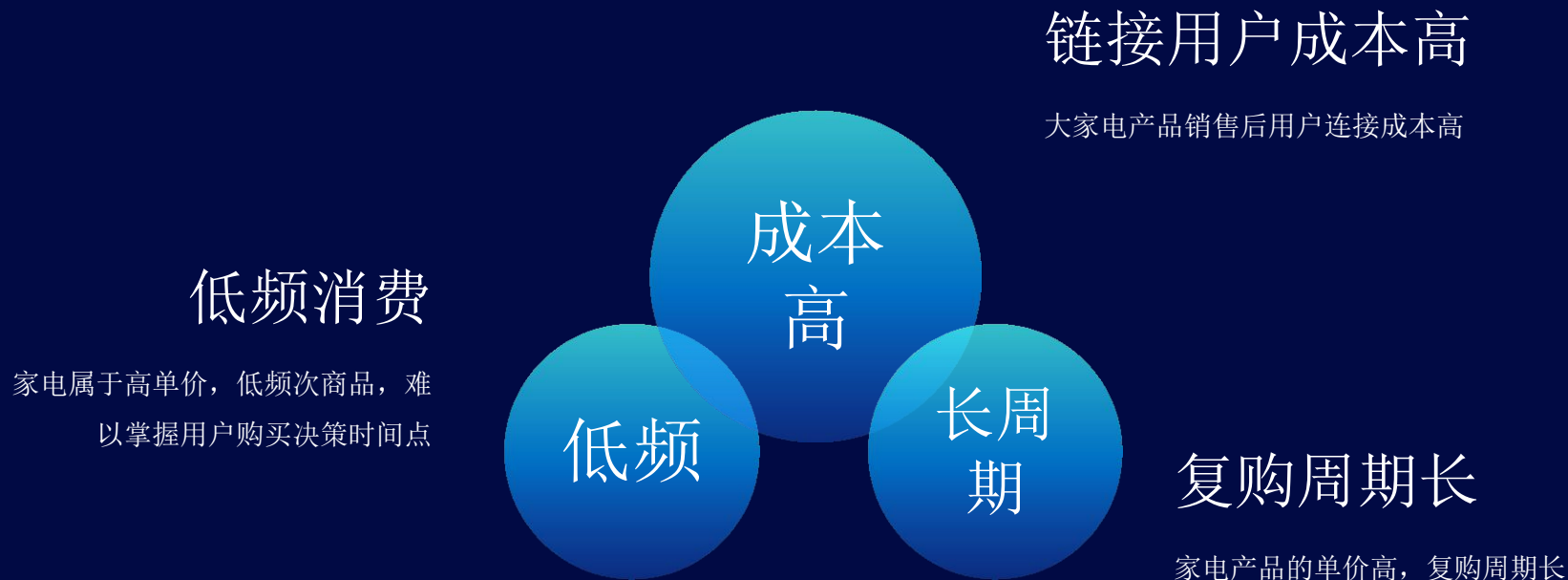


2、行业痛点与机遇

Haier

行业现状：增长放缓

行业用户增长放缓，进入存量市场，流量获取困难



2、行业痛点与机遇

行业现状：下沉市场增长提速

下沉市场家庭每人全年消费性支出高于城市**7.5个**百分点

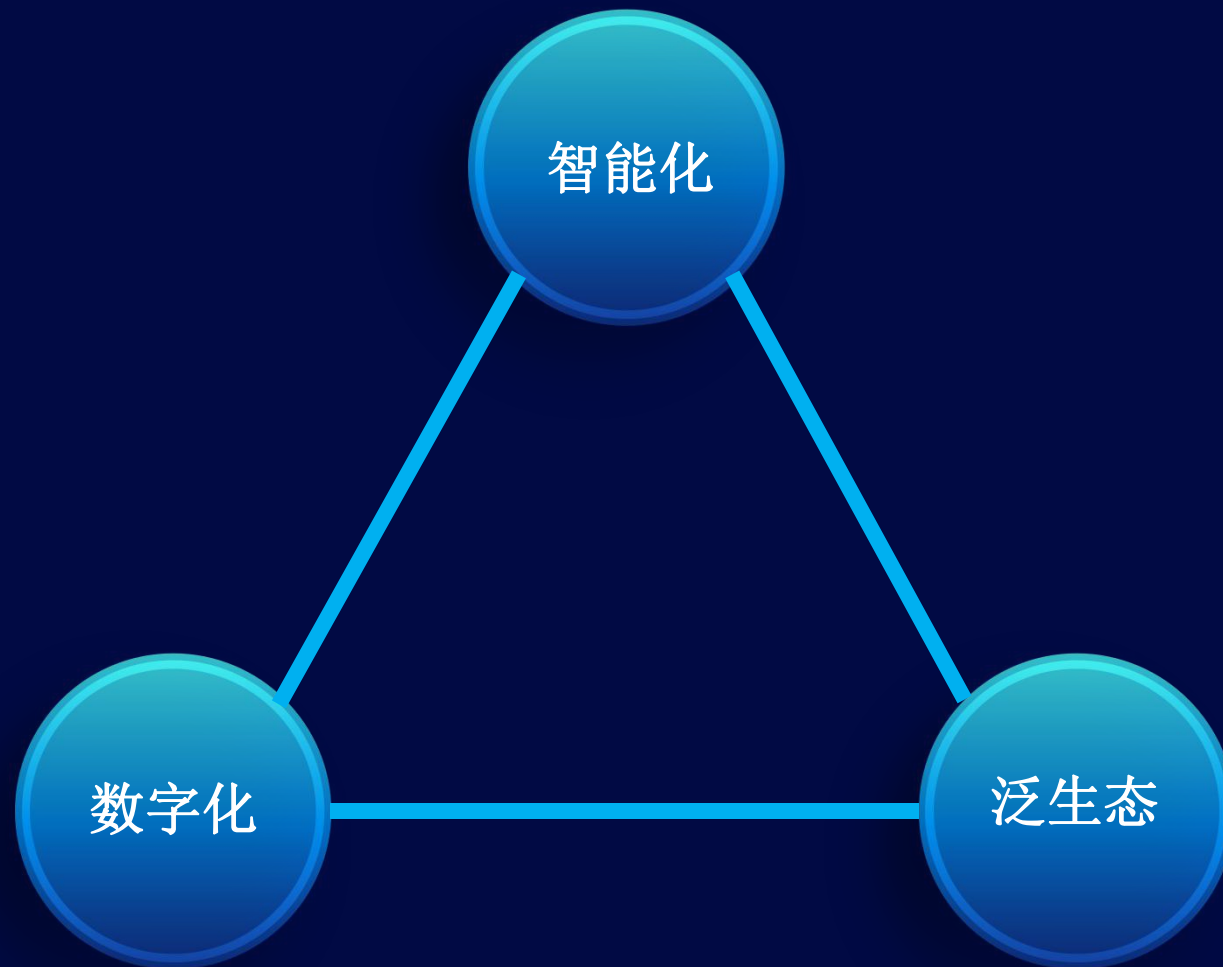
农村居民家庭可支配收入增速不低于**8个**百分点，高于GDP增速



3、海尔数字化营销策略

Haier

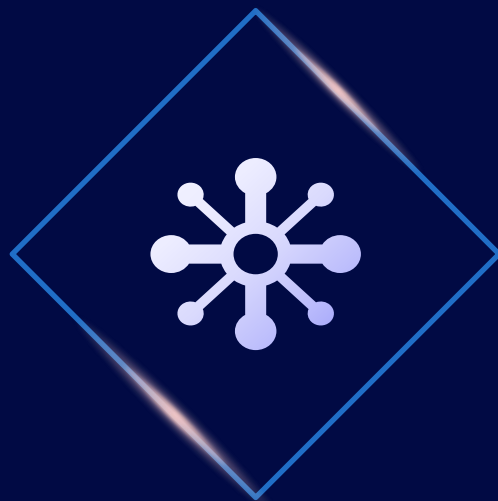
存量时代营销策略



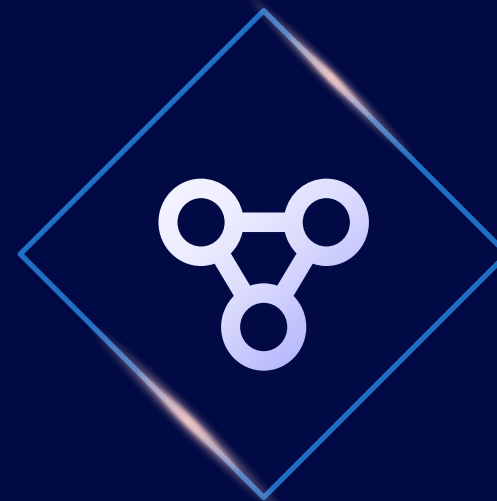
数字化营销体系构建原则



能力复用



数据互通



共享服务

业务数据互通，基础数据统一，同类能力开放复用，中台服务共享

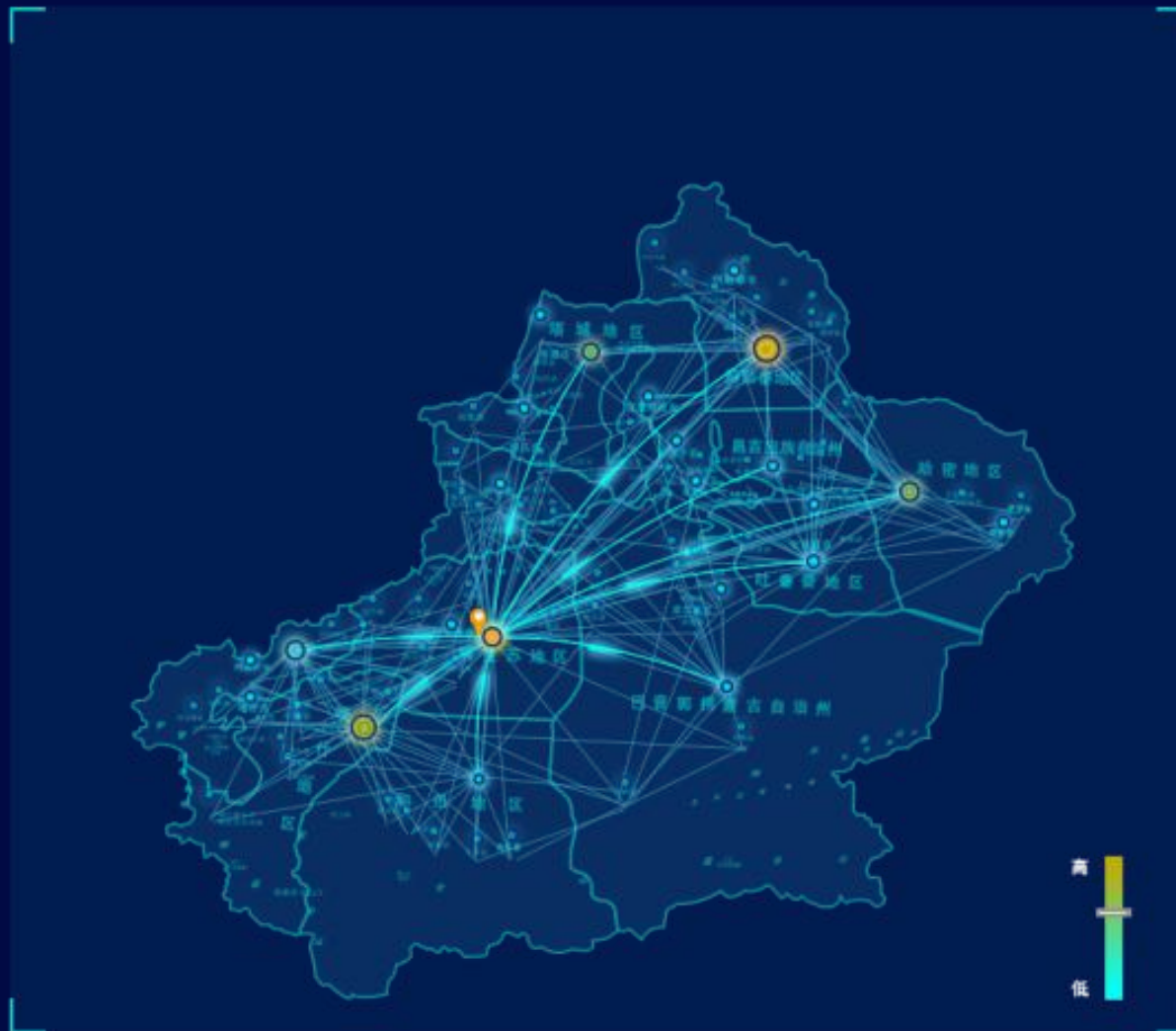
4、数字化营销能力建设

企业经营赋能

发现空白网络

摒弃抵消门店

智能化选址策略



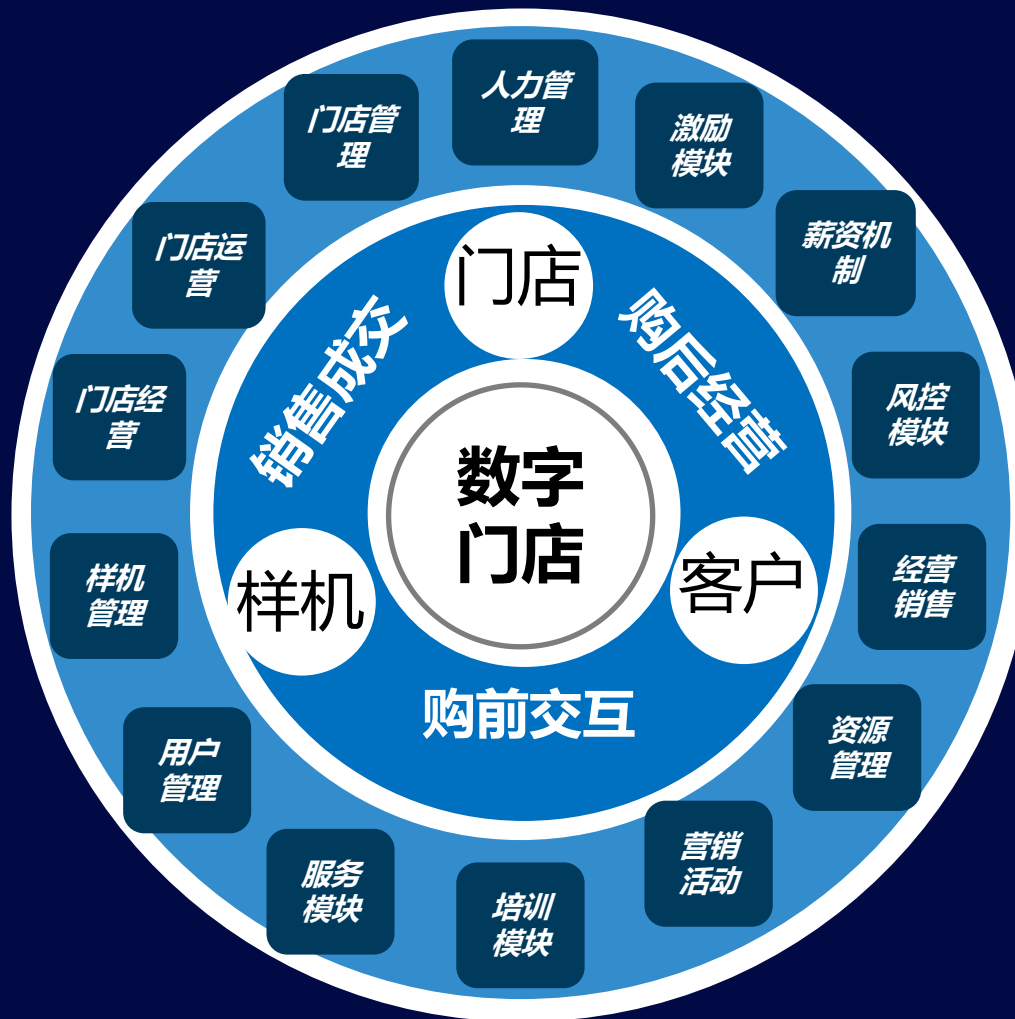
4、数字化营销能力建设

终端赋能

数字化门店

线下零售数字化

终端实时激励策略



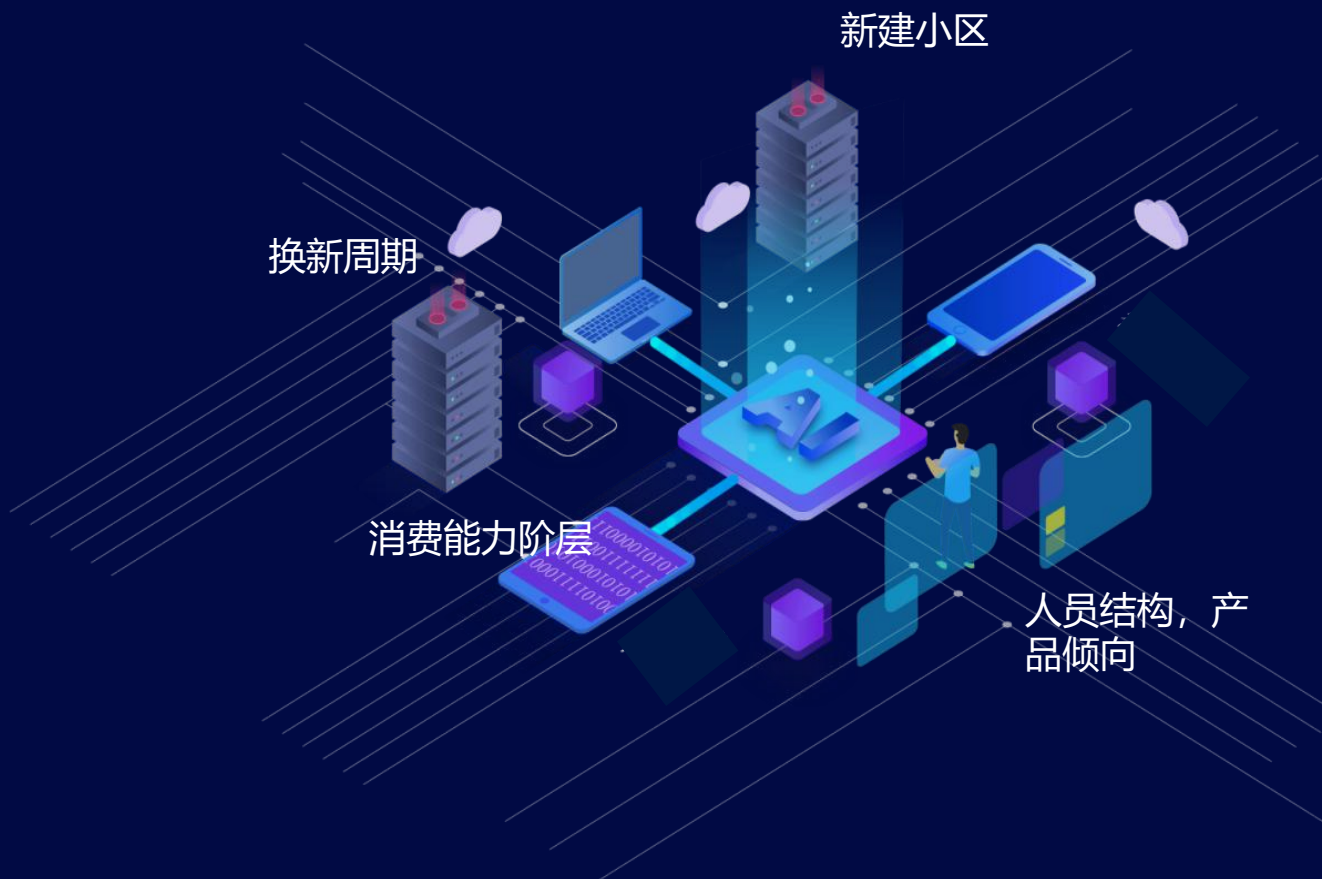
4、数字化营销能力建设

数字化工具

数据驱动终端

辅助精细化运营

智能化市场预测



4、数字化营销能力建设

用户体验改善

用户体验提升的价值



减少用户流失
提升老用户体验



拓展新用户



缩减服务成本



降低获客成本



扩张用户价值
用户价值挖掘



提升用户体验



提升运营效率



挖掘数据价值



提升用户的体
验与参与度



实现对用户的
数字化运营



提高用户的运
营能力



端到端全流程
的运营体系



提高品牌的用
户认知与口碑

对公司的价值

初步预计为海尔智家
带来年化收益
~? 亿

改善用户现有旅程

提升现有业务运
营效率

创造用户全新体验

驱动新业务机会

企业经营价值

建立海尔智家全员以用户体验为中心的体系

4、数字化营销能力建设

生态运营赋能

场景品牌



智慧家庭全场景解决方案平台

场景替代产品



设计智慧家

建设智慧家

服务智慧家

全球**首个**智慧家庭场景品牌

海尔智家体验中心**1000+**家

三翼鸟智慧子场景**30000+**

感谢聆听