

安佳 SCRM 数据营销

广告主：安佳 Anchor

所属行业：快消（乳制品）

执行时间：2018.07-至今

参选类别：移动营销-微信营销

营销背景

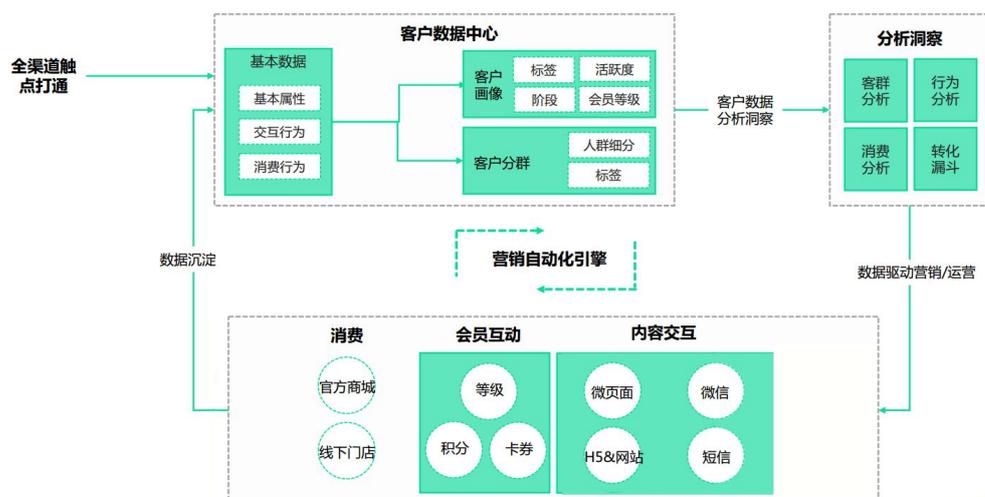
安佳作为恒天然旗下知名乳制品品牌，拥有着牛奶、常温酸奶、佐餐乳品等多条产品线。在数字化的机遇与挑战下，呈现出用户移动化、购买社交化的趋势，如何追踪及整合多渠道用户及行为数据，如何以数据洞察增强品牌营销及消费者忠诚度转化，并以最高效的方式整合流量资源及进行消费购买转化，需要更智能、更强大的系统来实现。

营销目标

建立以用户为中心的 SCRM 系统，打通安佳全渠道触点，通过线上线下用户数据沉淀，经营并实现用户社交闭环。基于整合了用户数据与行为数据的 SCRM 系统，安佳可以更加精准的形成客户 360° 画像，根据标签与画像运用营销自动化的手段提升用户黏性与活跃度，从而进一步加深品牌影响力及激励用户购买。

策略与创新

全渠道数据接入方法



执行过程/媒体表现

1、会员忠诚计划——安佳生活荟。以“有爱，有家，有安佳”为 Slogan，传递安佳天然、有爱的品牌概念。围绕安佳生活荟，提供赚取积分、游戏互动、线上购买、线下优惠券、在线客服答疑等服务与活动，通过不同的场景为消费者提供不同的福利与服务。

消费者服务：在线微客服、会员中心、积分商城。消费者可以通过注册会员领取积分，积分可以兑换实体产品、虚拟优惠券等商品，提供服务便利；基于微信端的客服系统可帮助用户更快更方便的与品牌沟通，解决各种疑惑和问题。

购买与优惠：线下商超优惠券、线上官方商城、第三方合作。消费者不仅仅可以在微信官方商城以优惠券的价格买到官方商品，同时也可以领取线下商超优惠券，实现线下的折扣购买。不仅如此，通过与第三方平台的合作，其他渠道的用户也可以通过其他互动平台（如招商银行公众平台）领取安佳产品优惠。

互动体验：新西兰寻宝之旅、安佳牧场、好运翻翻乐等。通过不同形式不同机制的互动游戏，用户可以获得包括但不限于积分、优惠券、红包、安佳产品、第三方合作产品的奖励，不仅体验到游戏的乐趣，也获得更多的福利！



互动游戏-新西兰寻宝记 互动游戏-好运翻翻乐 互动游戏-安佳牧场



营销效果与市场反馈

- 1、两周完成 SCRM 基础系统搭建及 20w+ 客户数据对接，短短五个月完成了会员体系搭建、微商城搭建及运营、积分商城搭建及运营、客服系统搭建、积分互动游戏开发、第三方异业合作等开发与服务。
- 2、自安佳生活荟上线以来，粉丝五个月增长粉丝 10w+，商城浏览量 10w+。