



社群經營分析

用數據、創意造節

內容綱要

01 利用數據、發揮創意

02 Yahoo造節

03 數據洞察需求

04 成效

利用數據、發揮創意

- Yahoo奇摩購物中心從2017年中開始推行「數據造節」、「創意造節」，還有貼心服務等行銷操作
- 月光節就是他們的一個成功案例
- 推行至今達到70%的回購率
- 透過這些精細化操作在競爭激烈的電商市場中找到成長突破口



利用數據、發揮創意

光節

日用清潔館
 精選美食館
 養生保健館
 美妝保養館
 媽咪寶貝館
 寵物用品館
 圖書文創館
 吃喝玩樂館
 白蘭3件79折
 資生堂\$1
 獅王\$1
 露得清\$1



月光主打品



白蘭x多芬x康寶
月光節好康大回饋

任**3件79折**



L'OCCITANE歐舒丹
滿額贈化妝包

全館**84折**



樂事、多力多滋、
奇多破盤特殺

滿**101現折\$15**



挺立 鈣強力錠禮盒
共176錠

原價:1249
折後**\$1100**



倍潔雅超質感
抽取式衛生紙箱購

結帳再折**\$100**



露得清美白組
面膜x2+防曬乳

原價:340
加購價**\$1**



台鹽海洋鹼性離子水
850mlx20瓶

原價:685
月光價**\$379**



OMRON歐姆龍
體重體脂計HBF-701

原價:6980
月光價**\$4280**

光節

月光主打品
 \$1加價購
 登記送80
 清潔日用
 保健美食
 美妝保養
 婦幼寵物
 書籍票券
 居家生活
 美容家電
 精品服裝
 商店特賣



利用數據、發揮創意

- 「月初吃龍蝦，月底就吃龍蝦泡麵。」
- 這是Yahoo奇摩購物中心推行「月光節」最簡潔扼要的說明



利用數據、發揮創意

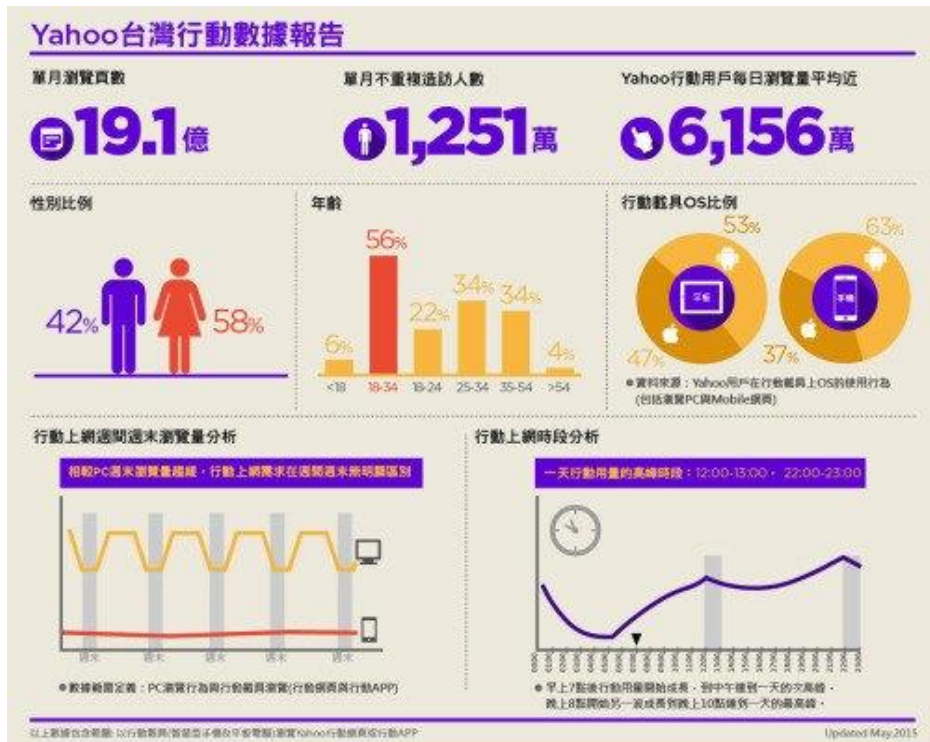
- 從2017年6月開始，Yahoo大張旗鼓地推出各種購物節與「貼心」服務
- 而這一切的開始，都回歸到更細緻地看待「數據」這件事



看直播下單狂送超贈點活動辦法

利用數據、發揮創意

- 「Yahoo是一個數據很多的公司，」
- Yahoo奇摩曾是全台最大的入口網站，手裡掌握很多使用者資料
- 不過這麼龐大的數據量，若沒有經過轉化，還是沒有價值



利用數據、發揮創意

- 透過機器學習技術，由他們將消費者的搜尋、App、購物等使用資料，一個個貼上標籤，讓消費者輪廓更清晰
 - 每逢股市下跌就會搜尋優惠商品的用戶
 - 或是月初搜尋高單價品牌商品、月底只買便宜民生用品的消費者

電商搶雙11			
民生用品 賤 YAHOO!	全商品1.4折起 PChome 24h購物	全站免運費 生活市集	高價3C產品 蝦皮購物
▶ 下殺0.8折 ▶ 限量GIA鑽石 ▶ 1元起標	▶ 刷卡回饋 ▶ 最高29.5%	▶ 再抽購物金	▶ 下殺0.3折 ▶ 砸重金抽房車

利用數據、發揮創意

- ▶ 透過這些標籤，讓龐大而模糊的行為數據，能夠具體歸納出各種使用者輪廓
- ▶ 雅虎就依據這些洞察，用「造節」和「貼心服務」來打開突破口



Yahoo造節

- Yahoo奇摩購物中心近兩年以來，規劃各種主題的購物節來敲動消費者的購買慾，而月光節就是他們的一個成功案例
 - 最初，他們觀察到「月光族」的消費模式，是月初大手筆、月底搶便宜
 - 在月初時多消費品牌商品，月底則是以民生用品為主
 - 自2017年6月他們開始推行月光節，在每月月底提供如衛生紙、牙膏等商品優惠，當季便創下業績提升30%、流量增加50%的成績，至今達到70%的回購率，說明有七成的用戶已經養成月底來搜便宜的習慣



Yahoo造節

- ▶ 雅虎「造節」的氣勢越來越盛，不過這麼多購物節，難道用戶不會無感嗎？
- ▶ Yahoo奇摩購物事業群行銷運營部總監簡育靖說，只要夠「貼心」，就不會麻痺
- ▶ 2018年7月總共推行了海灘節、冰飲節、短T節、空調節等四個檔期，主打夏季主題，其中表現最好的就是短T節



Yahoo造節



冰飲節
搶30%現金折抵券

全站滿額加購
Y虎杯緣子 Yahoo聯名卡
最高享 **6%回饋**

全站買即抽
一日網美行程



海灘節
瘋撒百萬神券



空調節
最後1天

滿1萬5送**1500**刷卡金 (有限制)



YAHOO! 購物中心 奇摩 快加入購表心會員
享12個月專屬消費優惠服務

YAHOO! 購物中心 奇摩 友誼 親朋

解放一夏
7.23-7.24 海灘節
7.25-7.26 冰飲節
7.27-7.28 短T節
7.29-7.30 空調節


短T節
搶30%現金折抵券

全站滿額加購
Y虎杯緣子 Yahoo聯名卡
最高**6%**

全站買即抽
一日網美行程



Yahoo造節

- 當時他們從搜尋和購買數據上發現短T很流行，所以就幫消費者整理了各式品牌、種類的短T，在7月時推行短T節，結果銷售出乎意料的好
 - 「很多上電商的消費者是不知道自己要買什麼的，」可能只因夏天到了，來看看有什麼好買
 - 「因為有明確要買的東西時，他們就會去比價，但上來瀏覽的人不一樣，當下你推一個讓他覺得『沒錯，我需要』的產品，他會直接下單。」
 - 但這樣一來，需要滿足的消費者需求真的太多了，所以就要有更多、更細緻化的數據解讀，才有機會做出差異化，這正是電商成長的突破口
- 

Yahoo造節

- ▶ 當時他們從搜尋和購買數據上發現短T很流行，所以就幫消費者整理了各式品牌、種類的短T，在7月時推行短T節，結果銷售出乎意料的好
- ▶ 「很多上電商的消費者是不知道自己買什麼的，」可能只因夏天到了，來看看有什麼好買
- ▶ 「因為有明確要買的東西時，他們就會去比價，但上來瀏覽的人不一樣，當下你推一個讓他覺得『沒錯，我需要』的產品，他會直接下單。」
- ▶ 但這樣一來，需要滿足的消費者需求真的太多了，所以就要有更多、更細緻化的數據解讀，才有機會做出差異化，這正是電商成長的突破口



數據洞察需求

- 從數據洞察需求這件事，不僅體現在造節的行銷策略上，雅虎更從數據推敲使用者的痛點，推出「貼心」服務來開發更多客群
- 他們觀察到每天早上6、7點會固定有一群年紀較長的用戶上平台瀏覽
- 「他們都會來滑滑滑，但就是沒有消費，為什麼？」



數據洞察需求

➤他們觀察後發現，這些年長使用者在手機輸入法上，可能不是那麼擅長，因此他們便提供了電話購物的服務，讓就算不擅長手機操作的用戶，也可以一鍵電話下單



數據洞察需求

- 另外，為開發年輕用戶，他們還推出了「無卡分期」服務
- 結果促進了機車、家具等高單價的商品的銷售
 - 很多年輕人沒有信用卡，就算有，額度上限可能也未必能支付一台機車7、8萬塊的價錢
 - 再者，有些人則是不想讓家人發現自己的消費記錄，所以就算有卡仍會選擇無卡分期



數據洞察需求

YAHOO!
奇摩

購物中心

無卡分期：不辦信用卡也可輕鬆分期！

APPLE專區

手機相機

筆記型電腦

桌上型電腦

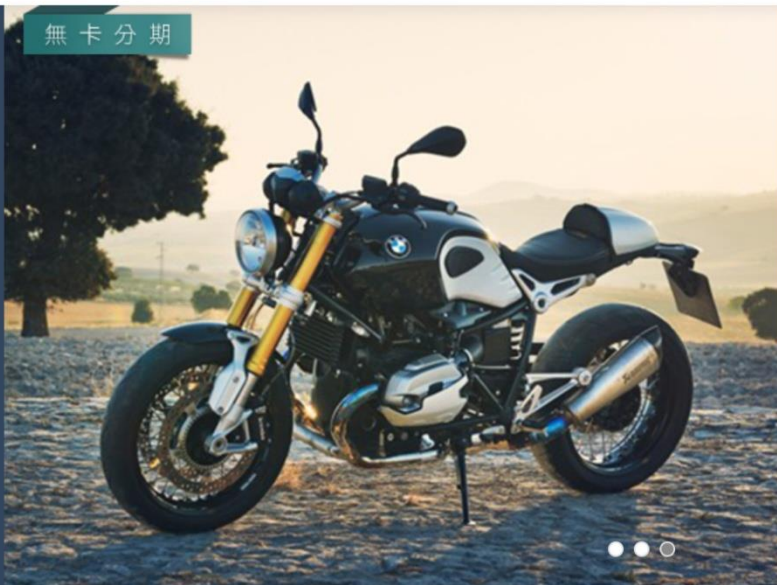
冷暖空調

廚房家電

美容·按摩

機車·重機

無卡分期



免信用卡

BMW R NINE T

月付 \$**16535** 起

了解更多



成效

- 而開發了各式購物節、貼心服務後，成果究竟如何？
 - 可以從雙11、雙12的表現上看出，兩個檔期業績都較前一年成長兩倍，客單價也都成長了三成
 - 展望未來，電商成長會越來越困難，競爭更加激烈，變動也會更快速
 - 因此精細化運營會是做出差異化的關鍵
 - 從數據洞察、行銷操作到服務推出，都需要更細緻地安排
 - 「大電商和小電商的差距會拉大也就在這裡，因為要看有沒有足夠的資源去做這些細緻化的工作。」
- 