

易梵星

所属行业：电商

参选类别：数字营销最具创新精神品牌

品牌简介

易梵星（Evenstar）创办于 2013 年，作为中国首个星座命理内容电商平台，合作大师与专家涉及星座、周易等领域，全网粉丝超过 1000 万，合作品牌包含珠宝、生态食品、文创手礼等几大类目，未来将优选全球供应链孵化更多品牌。

易梵星也是中国首个荣获国际数字商业创新“奥斯卡”艾奇奖的品牌，曾创下中国珠宝个性化定制品牌电商记录。易梵星做为首个将星座文化与电商结合的新零售平台，曾荣获“十大文化创新品牌奖”，并作为全球互联网+创投峰会与时尚小姐大赛指定合作品牌，先后结缘美国创投教父彼得·蒂尔、美国 YC 加速器创始人山姆·奥特曼等商业领袖。

易梵星致力于传统文化与互联网跨界，先后携手武当山、峨眉山、鹤鸣山、慈云寺、青城山等文化旅游胜地推出跨界文创产品，并于 2014 年在峨眉山金顶建立了中国首个祈福驿站，以慈善践行弘扬中国传统文化。易梵星旗下珠宝品牌在全球范围内精选供应商，曾前往南美、香港等地参加诸多珠宝展览。

2018 年数字营销创新性表现

1、打造星座命理内容电商平台：易梵星从微博星座命理 MCN 为切入点，构建了中国首个星座命理内容电商平台，签约数十位 KOL，并且通过电商实现变现。

2、建立个性化定制标准：专注个性化定制与创新，设定了包含个人生日、星座、喜好乃至信仰文化的个性化定制标准，满足客户多元化需求，在行业内率先推出，定期根据客户生活变化和喜好要求个性化调整服务，成为中国第一个随需而变的珠宝品牌。

3、推进星座命理社交电商：易梵星通过品牌化、电商化的运作，推进了大众消费者对星座命理认知。通过移动互联网手段，为客人打造了梵星会社群，将每一位客户融入代理、微商、电商、口碑传播渠道，颠覆了行业的传统服务手段。

4、全网多渠道战略：易梵星打造多渠道拓展，整合上千位客户进入分销体系，并自建电商平台，引导每位客户为做口碑传播，迅速打开市场。针对所有老客户与 KOL 传播者建立社群“梵星会”，实现个性化延伸服务。与每一位用户建立深度联系，将用户融入代理、微商、口碑与传播渠道，让用户协助传播、代理销售同时还可以整合自有资源进入社群，打造了行业领先的品牌粉丝社群。

5、线下新零售模式：积极推动品牌落地与多渠道跨界合作，成为世界时尚小姐大赛、全球互联网+创投峰会指定珠宝品牌，并在峨眉山成立中国首个品牌形象店。

代表案例

- 1、首先通过微博精选出星座达人、粉丝女性居多且活跃度高的 KOL 传播者与品牌创始人，共同通过参与项目传播。
- 2、其次入珠宝、设计行业内专家，对产品定位、口号、全新设计提出建议，并且引导部分明星、网红、社会名人等 KOL 用户参与体验，打造出清晰的产品视觉体现，快速在用户心中确定了品牌认知。
- 3、产品发布采用饥饿营销策略，通过社会化营销+饥饿营销快速占据市场，创下了 24 小时成交 100 万的定制珠宝行业纪录。
- 4、营销坚持走移动化电商路径，坚持品牌与用户的 100%深度连接，最终实现了 100%移动端成交，100%用户微信连接。
- 5、完成品牌从弱到强过程后，快速建立品牌梵星会社群、并且通过公益、时尚、旅游、文化等活动实现跨界合作，先后与世界时尚小姐大赛、从 0 到 1 硅谷创投峰会、明星爱的故事公益活动，公益电商平台、彩虹村公益组织等实现跨接合作，品牌传播效率增加了 8 倍，92%的用户成为梵星会成员协助品牌传播。

相关视频：

<http://baidu.ku6.com/watch/08741674371148955888.html?page=videoMultiNeed>