凯络电商 icart 团队

Leader 姓名：杨恩慧
Leader 职位：凯络电商副总经理
参选类别：年度数字营销金牌团队

团队 Leader

团队合影

团队简介

凯络电商部门 iCart 成立于 2013 年，从最初不到 10 人发展到今天拥有数据，技术，流量到内容的电商全方位整合营销体系的团队，近年来已建立包括电商内容与社交，电商数据分析等多元服务。策略、创意、运营、优化，我们提供全面的电子商务解决方案，利用集团全媒体资源护航。我们致力于覆盖整合营销的每一个触点，为飞利浦、康师傅、微软、费列罗等客户打造资源优化，营销升级的电商营销；凭借服务了跨 4 个品类的实战经验、特有的 M1 平台和监测工具以及对各大电商平台动向和实时了解，已成为客户信赖的合作伙伴，更是帮助客户实现增长的生意伙

伴。

团队寄语

“把握市场脉搏　推进营销创新　实现品效合一”

凯络电商始终致力于重新定义电商服务，以适应营销变化新形式，帮助品牌实现收益增值。

在信息碎片化，媒介环境趋向于整合的今天，凯络电商整合和优化所有电商站内外的触点，让每一次有效的媒体曝光，都能成为连接消费者与品牌的直接桥梁，并且推动销售即刻发生。

2018 年度突出表现

业绩成果

- 官方机构认证：阿里巴巴“品牌数据银行”认证服务商、京东“九数”认证服务商
- 创新业务试水：天猫品牌号、天猫策略中心、京东数坊

亮点案例

案例一：可口可乐 2018 年双十一 MARS 项目

营销背景

可口可乐自 1886 年以来一直带给全世界人们畅爽体验，百年之后，可口可乐面临更多广告投放挑战：①中国消费者更挑剔的用户期许；②中国线上媒体选择多样化；③广告投入对生意增长的实际贡献等。那么，如何把控媒体投放有效性，做到媒体投放对销量贡献可监控及可优化？可口可乐作为敢为人先的品牌，在中国启动 MARS 项目（Mobile, Analytics, Real-time, Social），以 2018 年双十一电商投放作为发声契机，进行 Mobile-优化用户手机端体验，Analytics-媒体数据分析及优化，Real time-电商数据监测实时性；Social-多元化站内外社交内容等 4 个方面的革新。

策略与创意

1. Mobile-C2M 天猫定制礼盒，线上专供新口味可乐，丰富用户手机端购物体验
2. Analytics-京东及天猫媒体投放策略制定、实时分析及优化
3. Real Time-开创 WAR ROOM，进行实时投放数据监测及优化
4. Social-多元化站内外社交内容

营销效果

电商媒体投放表现：点击率 ＋ 268%、转化率 +145%、投资回报率 +56%

整体销售表现：天猫定制礼盒使可口可乐成为本次双十一天猫十大定制品牌；天猫销量完成 1.5 倍增长；京东销量完成超 2 倍增长

案例二：康师傅 Express 速达面馆（双十一&年货节）

营销背景

在消费升级的大趋势下，消费者对于饮食文化的消费日趋高端化。为了满足消费者日益挑剔的需求，

康师傅对传统方便面进行颠覆性创新，为消费者带来注重营养健康、个性化消费需求和场景体验的新品，一方面提升康师傅母品牌的高端形象，另一方面为康师傅 Express 速达面馆及其典藏版"真正面馆级好面"正名及定调，树立行业形象，为打开市场做铺垫。

策略与创意

1. 联合双 11 及 CNY 两大电商促销节点，开发节日典藏版
2. 从 PR 到电商，从线上到线下，360°立体化打造"真正面馆级好面"消费心智
3. 双十一：人脸识别技术，将互动赋予趣味，权威渠道及意见领袖多维度发声，夯实产品高端地位，帮助康师傅母品牌形象提升
4. 年货节：国潮元素嫁接于产品设计，拉近与年轻群体距离。福禄寿喜的美好祝福，让产品成为送礼佳品

营销效果

双 11：总曝光量 1.3 亿，直接影响人数 5000 万，典藏版 88 秒售罄

年货节：总曝光量 4.4 亿，直接影响人数 1.5 亿，年货节访客量同比 5 倍增长