



SUNING 苏宁
「青春苏宁，
社交导购电商探索

苏宁云商 IT 总部 邱继凯



- ① 电商的粉丝时代
- ② 苏宁社交导购产品案例分析
- ③ 传统电商-粉丝电商转型矛盾
- ④ 未来展望

电商的粉丝时代

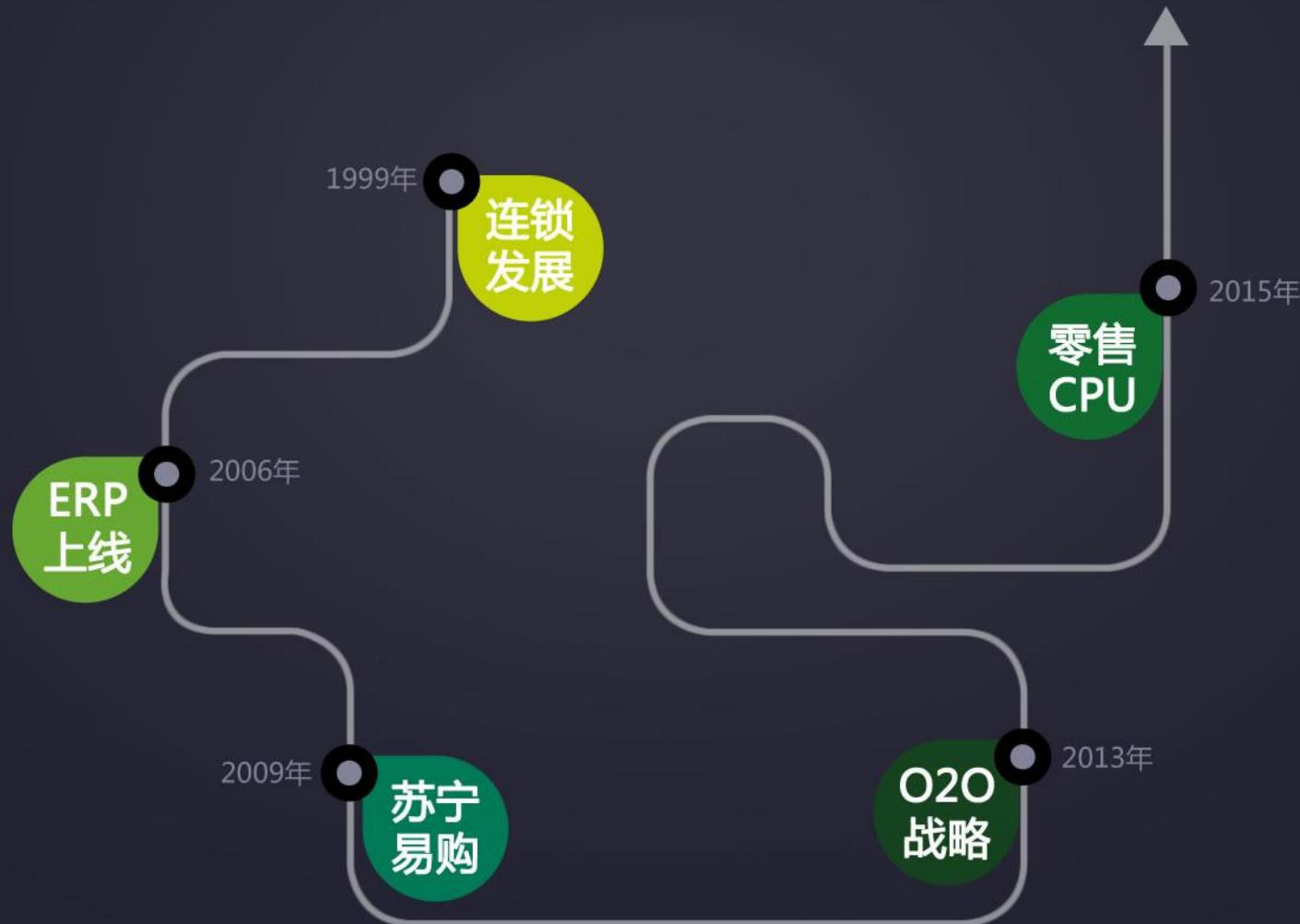
社交导购 社交探索



苏宁云商IT总部



苏宁互联网零售的发展



苏宁经营现状

庞大 移动用户



18万 员工



会员

250000000+

300 城市



1600 门店



零售



地产



金融

投资

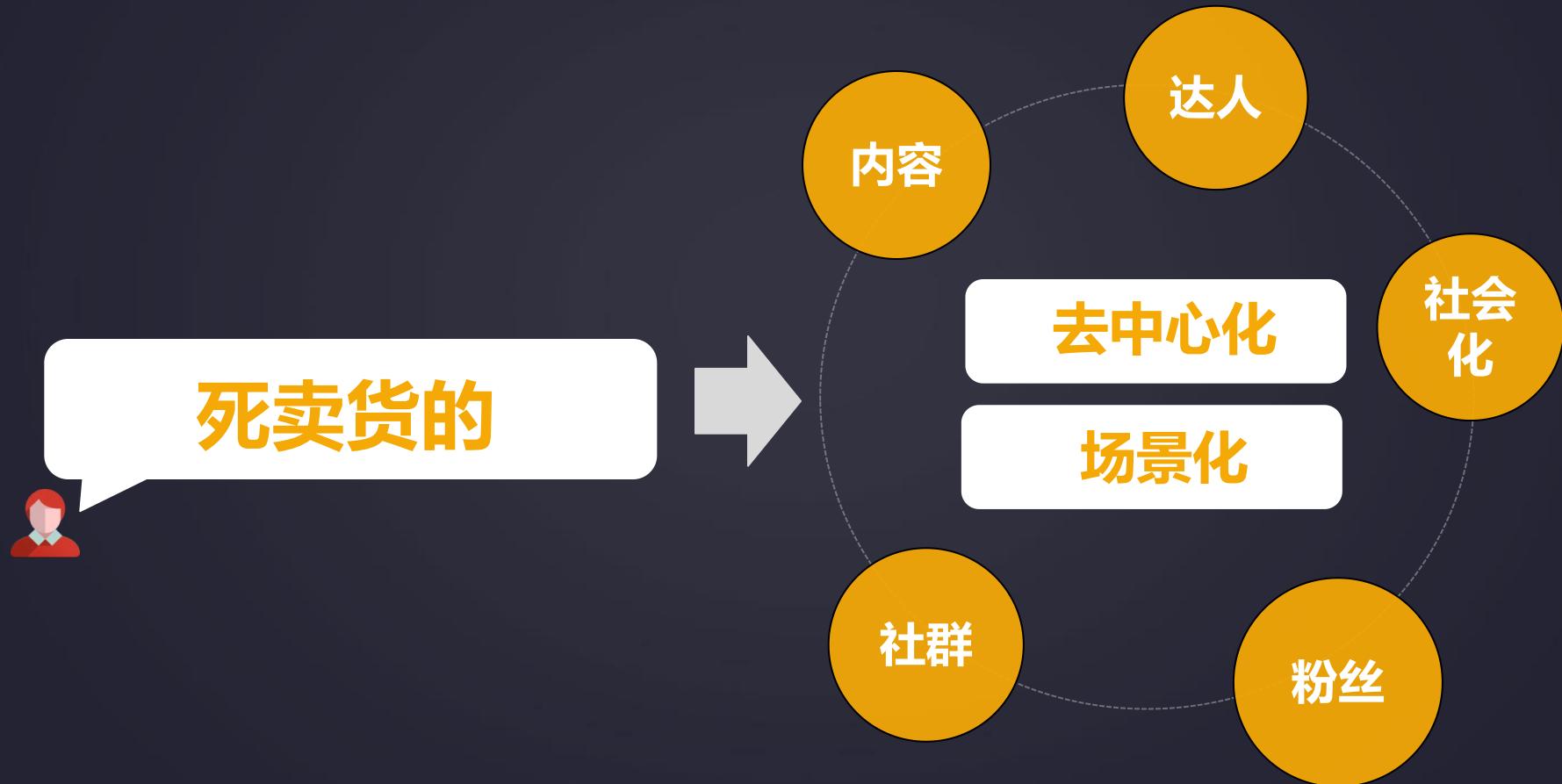
文创



为“零售核心能力”营造生态，与O2O产生协同

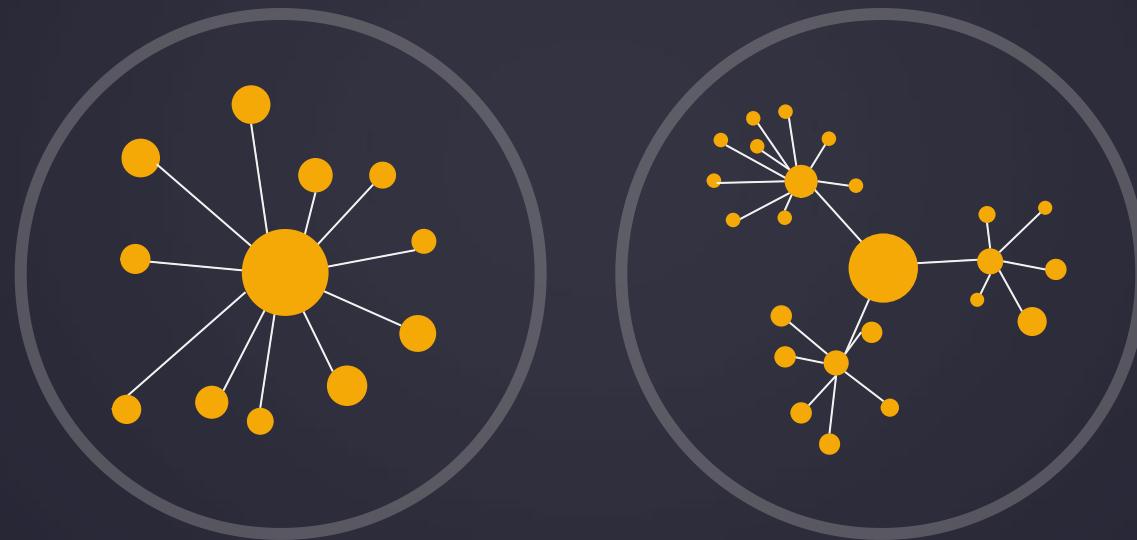
| 达人+社会化+内容+粉丝+社群

移动电商的方向



移动电商的方向

从集中购物平台购物转变为随时随地购物



中心化



去中心化

| 移动电商的方向

场景化

构造场景

人群细分

人群运营

消费者观点

吃货

吃货节

消费者场景

装修

万屋更新

移动电商的方向

优质的内容是最强大的流量产生器

网红

达人

自媒体

媒体

专业机构



生活方式和生活态度

购买清单

实用众测

专业解读

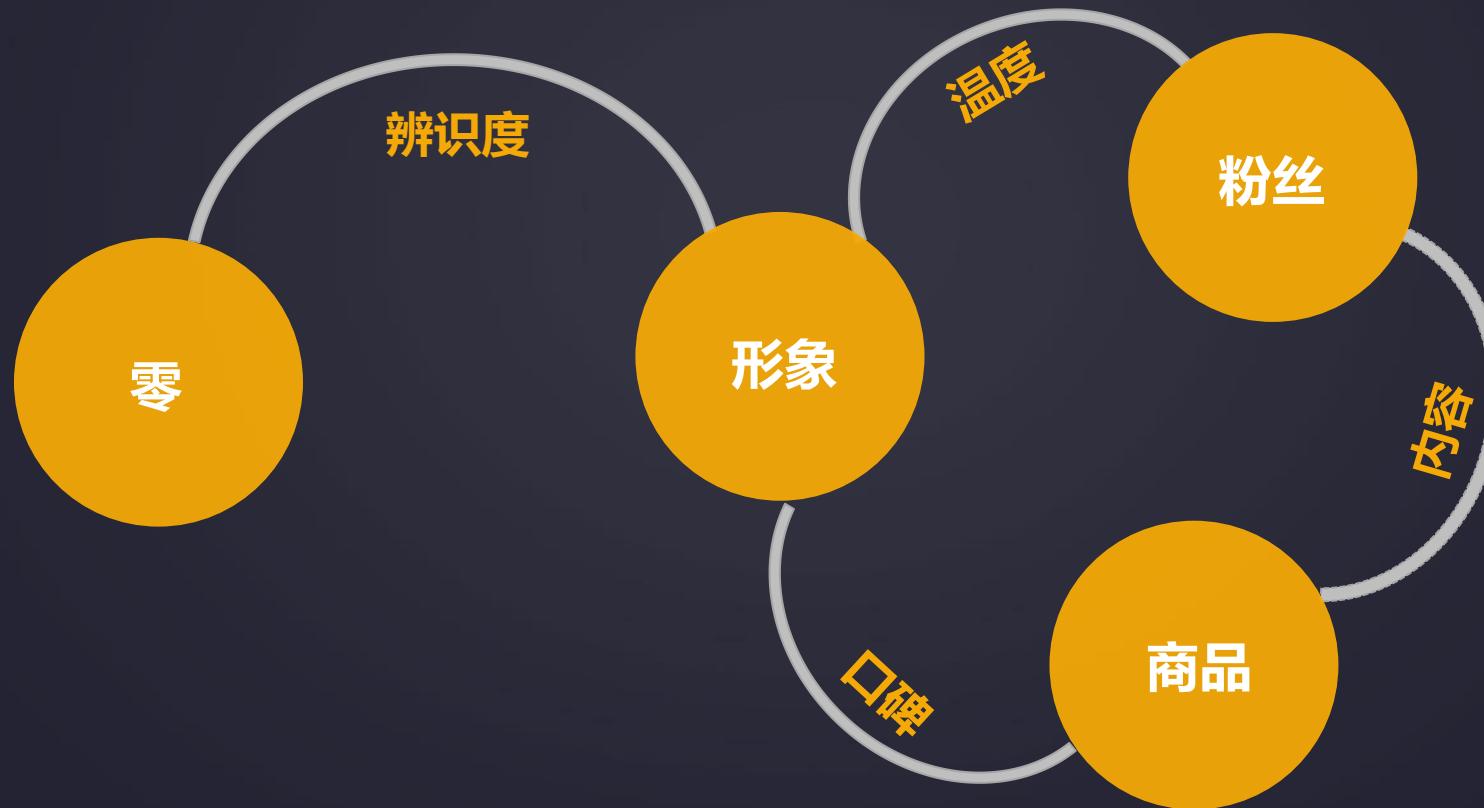
商品推荐

商品百科

咨询

移动电商的方向

消费者希望关注意见领袖，并愿意互动



移动电商的方向

粉丝超越消费者



消费者

粉丝

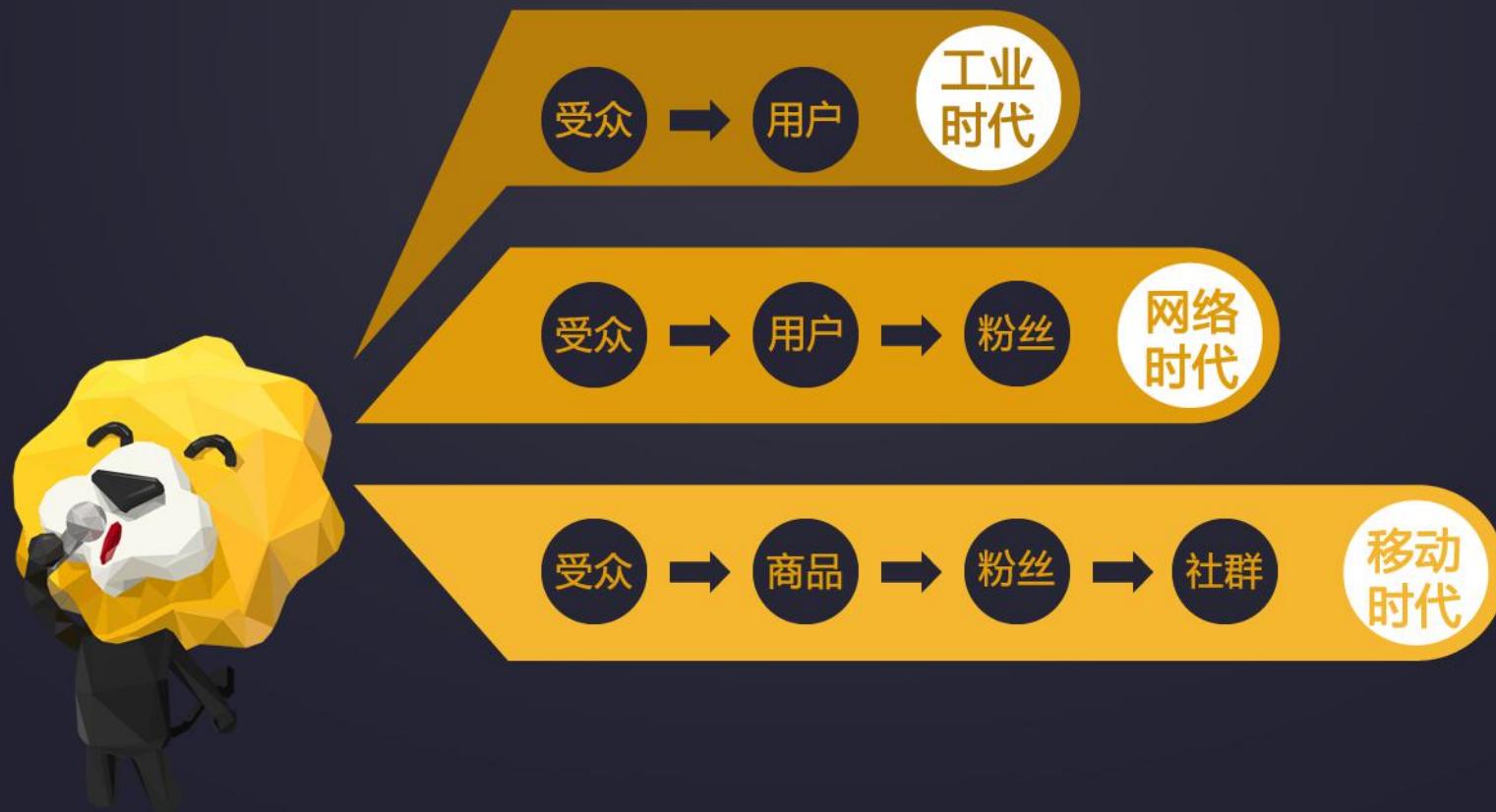
品牌人格化

希望你好

容忍缺陷

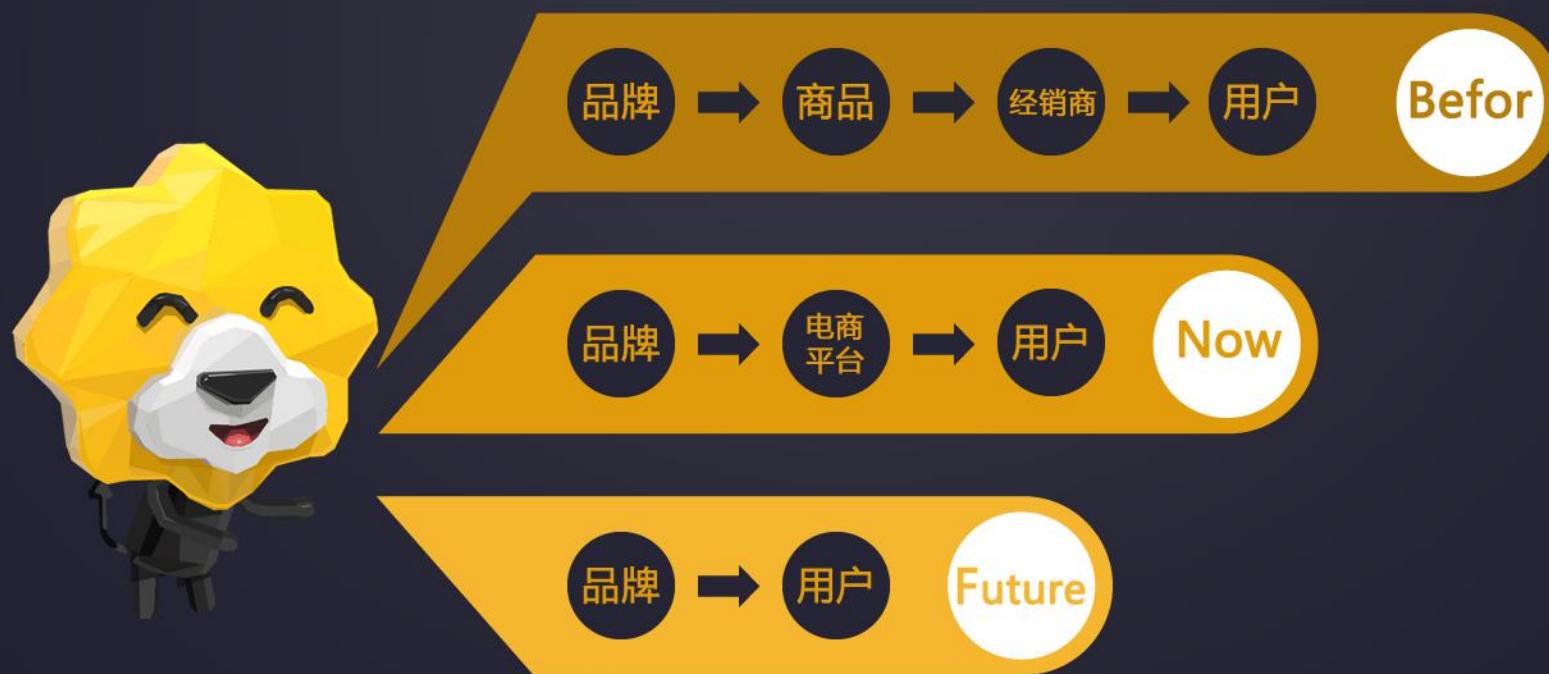
移动电商的方向

从粉丝到社群



移动电商的方向

没有中间环节的连接



苏宁社交导购产品案例分析

社交导购社交探索



苏宁云商IT总部



苏宁社交导购 产品案例分析

达原理上认识上清楚
并不等于路径上走的正确



苏宁社交导购产品案例分析

内容



头条

内容营销平台

内容标签及订阅

大数据精准推荐

本地化的生活助手

精准

社会化

苏宁社交导购产品案例分析

内容



值得买

全网比价

优质商品

品味生活

精准推荐

性价比

苏宁社交导购产品案例分析

连接



嗨购

商户自媒体平台

省钱、时尚、便捷

客户关系管理

导购、成交转化

品牌传递

精准互动

苏宁社交导购产品案例分析

嗨购人群化



场景

人群化

买手团队

流量管控

KA扶持

人群化

苏宁社交导购产品案例分析向 嗨购突破点

视频直播



大数据



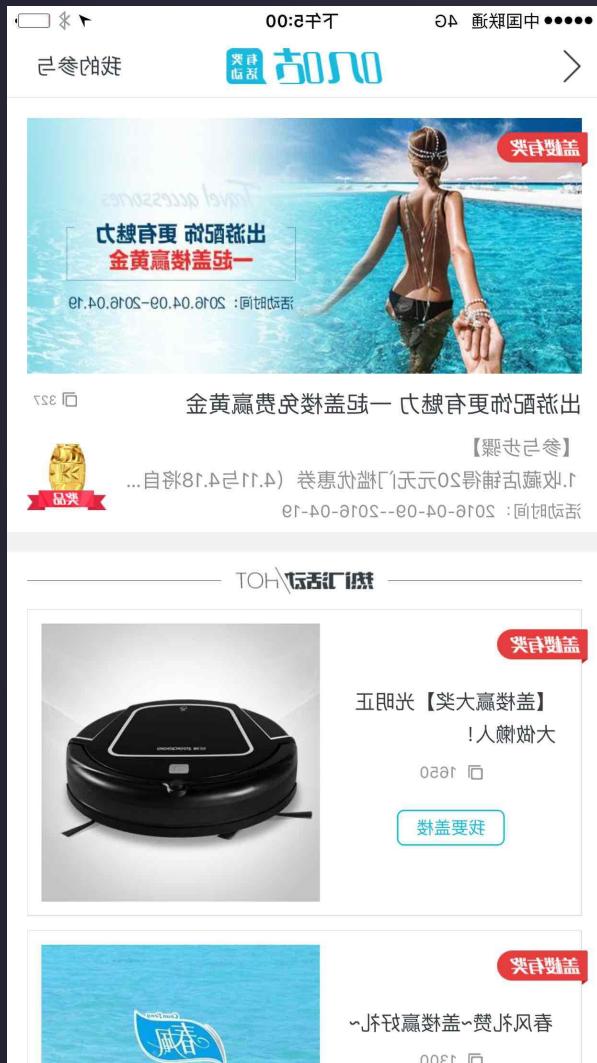
营销工具



平台生态

苏宁社交导购产品案例分析

互动



叽咕
有奖活动平台

晒图、集赞

报名、投票

盖楼

吸粉工具

奖品

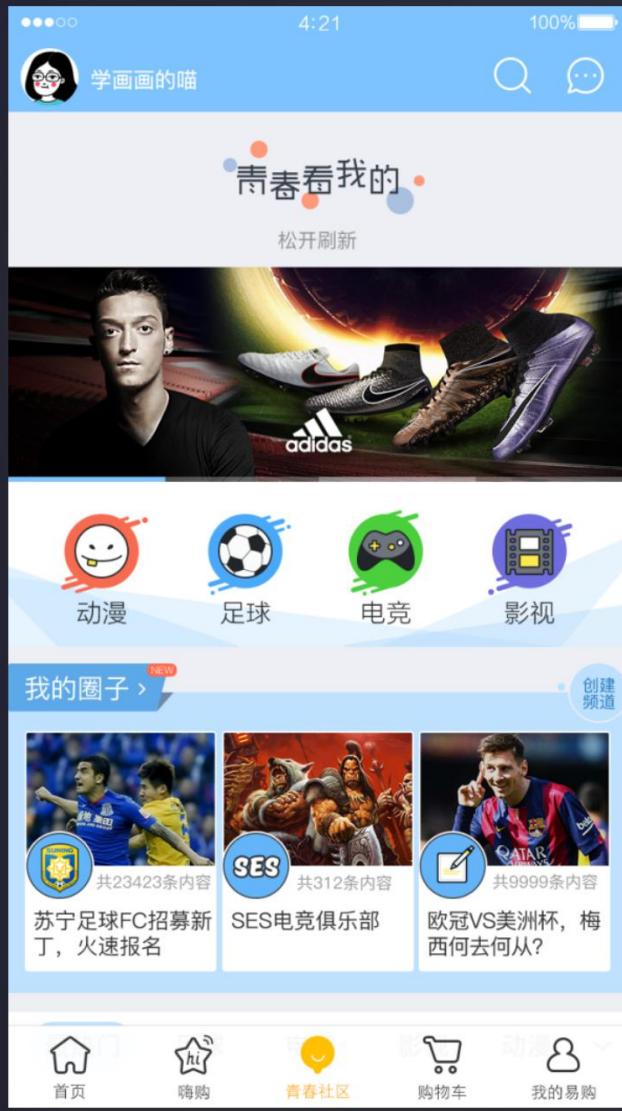
苏宁社交导购产品案例分析

社群



苏宁社交导购产品案例分析

社群



青春社区

基于苏宁的自有文创业务和优势品类，通过组织优质内容，群聚用户，针对性营销，实现社交流量和销售的有效转化



兴趣社群平台

苏宁社交导购产品案例分析

社群



足球

- 官方球迷活动报名
- 有奖投票等
- 小编探营、赛事花絮、球星专访等内容
- 明星用户
- 球票销售
- 运动周边



电竞

- 官方赛事活动报名
- 赛事资讯、赛况、攻略等
- 明星玩家
- 游戏周边，官方旗舰店



摄影

- 线下讲座、外拍活动报名
- 摄影大赛
- 摄影知识
- 摄影周边

苏宁社交导购产品案例分析

社群



母婴

- 育儿讲座等活动报名
- 萌娃比赛
- 专业育儿知识
- 科学育儿专家咨询
- 拜托了妈妈节目互动



海淘

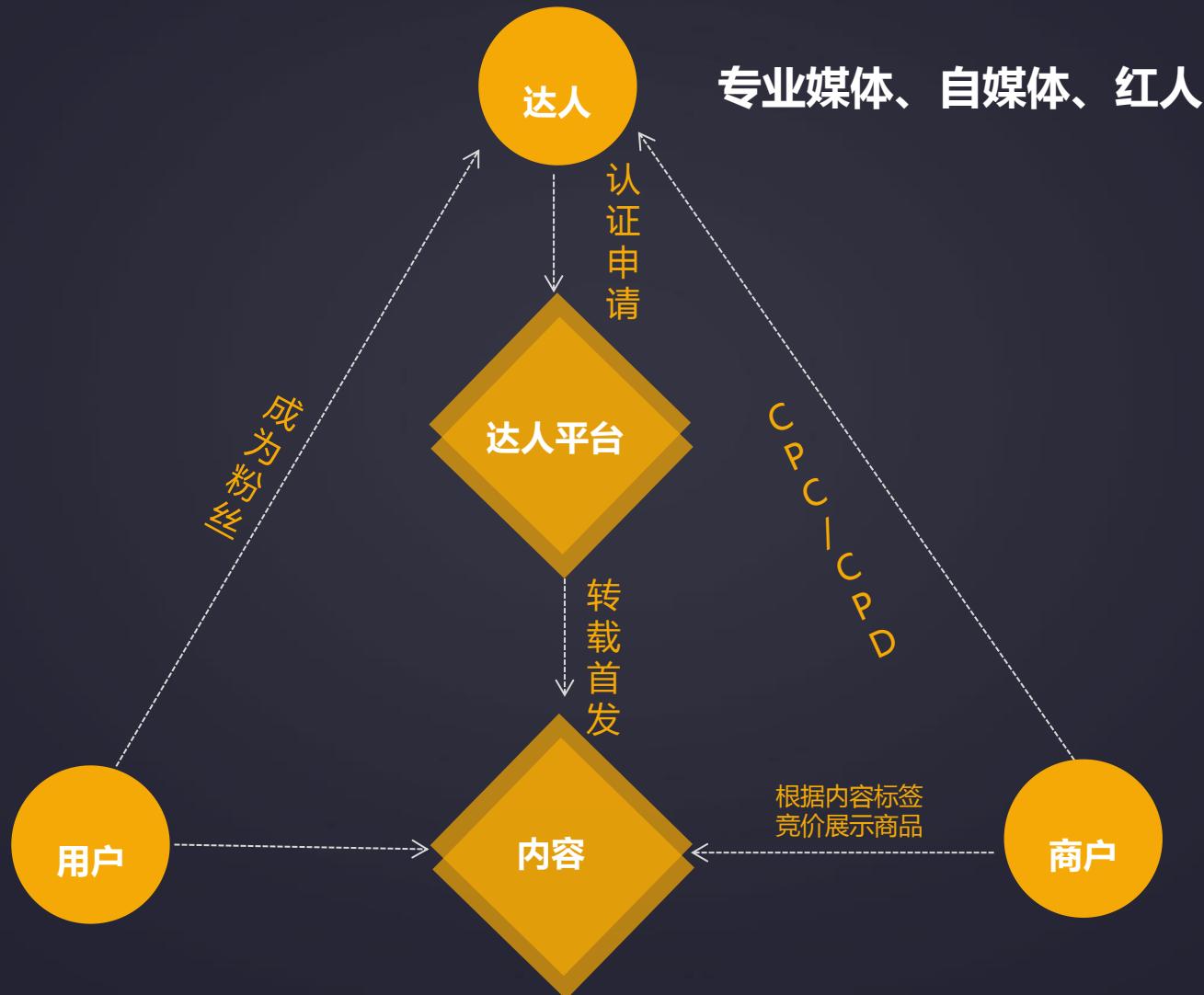
- 有奖活动
- 专业海淘知识-小海狮课堂
- 大牌介绍
- 海淘达人导购

...其他

- 吃货-超市
- 金融理财
- 娱乐-PPTV和苏宁影业

苏宁社交导购产品案例分析

达人平台



打造一个完善的、成长潜能强大的“媒体生态圈”

苏宁社交导购产品案例分析

去中心化



微店

人人都能当老板

社交圈

赚佣金

单品、活动

分销工具

千人千店

传统电商-社交电商的转型矛盾

社交导购 社交探索



苏宁云商IT总部

传统电商-社交电商的转型矛盾

产品路线问题

保守验证

VS

激进迭代

小资源投入，验证可行后，进行复制。

认准方向，给流量，给资源

传统电商-社交电商的转型矛盾

经营思维问题

GMV

VS

生态

保持企业正常盈利，
持续发展进而提供优质服务

持续补贴用户或者经营用户，把用户变成粉丝

传统电商-社交电商的转型矛盾

人才问题

内部培养

VS

外部引进

高度认可企业文化

丰富的媒体经验，被验证的能力

传统电商-社交电商的转型矛盾

产品运营问题

拔苗助长

VS

安静生长

马甲、注水制造虚假繁荣

做好该做的，绝不过界





苏宁易购
进入拼粉时代

社交导购社交探索
谢谢 SUNING
苏宁云商IT总部

T H A N K

Y O U

