

上海家化电子商务有限公司

Jahwa
上海家化

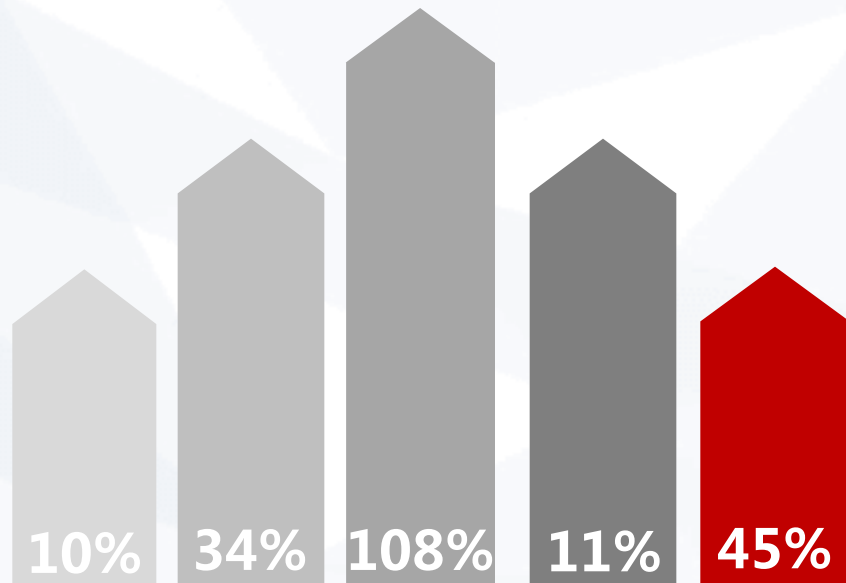
- ◆ 网 址：<http://www.jahwa.com.cn/>
- ◆ 微信公众平台：家化E起来（微信号JahwaEC）
- ◆ 参选类别：年度最具突破力移动营销公司



上海家化电子商务有限公司

上海家化电子商务有限公司是上海家化联合股份有限公司的全资子公司，是集全品牌推广、销售、与消费者服务沟通的综合型平台，通过不断开拓更多的数字化分销渠道；承担公司数字化品牌以及现有其它品牌的全渠道数字化研究和产品创新；实现家化大数据系统建设，最终为全渠道服务；通过线上线下全渠道打通，实现卓越的全渠道品牌体验。

■ 2015-2016年，已达到以下卓越成绩——



2015年，实现电商渠道**5.9亿**营收，贡献税收3997万元，将电商营业收入提升至全公司占比10%以上，销售增长率高达**34%**，同比税收增长108%，成为业绩表率。



2016年上半年，超额完成公司线上业绩目标，实现营业收入**3.40亿**元，占公司2016年上半年营业收入的11.09%，同比增长**45.81%**（远高于日化行业4大传统渠道）

核心优势



目前主要业务包括：电子商务运营（B2C、C2C、微分销等）、及数字化营销，致力于为用户提供丰富的家化产品选择、便捷的购物方式和完善的售后服务，打造更好的e时代购物体验



在互联网经济时代，上海家化坚持走品牌之路，回归消费者体验，线上线下相结合，进行精准的互动体验式营销，通过这一平台优势实现品牌张力，将“全渠道、全品牌”策略，深度融入互联网经济的新轨道中。



上海家化全品牌全渠道的战略真正步入了加速发力的快车道，无论是子电商造节、IP合作、娱乐直播的创新营销，还是O2O体验店的开设，还是大数据研究等，都体现了家化致力于将其电商平台打造成集合销售、推广、消费者的多重布局战略。

2015.12

上海家化与阿里巴巴于2015年12月在杭举行了战略合作签署仪式，获得阿里巴巴全方位数字化营销支持，创造战略合作行业标杆示范，共建销售第一平台、品牌建设第一平台和创新第一平台。

2016.07

牵头与**京东超市**签署战略合作，以个护商品为重要发力点，与3C、生鲜品类跨界合作，加深双方在物流体系、渠道合作等方面的深度合作。

2015.11.11

2015年10月19日至11月11日期间，上海家化线下一万三千家门店与线上天猫10家旗舰店整合资源，全面打通线上线下全渠道“万店同庆”，并通过冠名天猫双11晚会T2O娱乐营销、北上广地标公益情感营销等一系列创新传播方式，实现全品牌全网销售额突破1亿，**成功打造出2015美妆日化行业全渠道金牌营销案例。**

2016.04.17

2016年4月17日，连续第二年启动佰草集超级品牌日“佰草节”。邀请国际超模奚梦瑶做为品牌大使，并采用360度媒体营销，引发85后消费者共鸣；通过京绣与时尚结合的产品组合、到多平台优势资源承接互动，实现全网全平台销量同比增幅300%。**“佰草节”成为品牌造节、品牌向平台反向输出流量，并全面提升全渠道场景营销的实力范本。**其中，佰草集天猫美妆4.17-4.19三天连续销量第1，刷新天猫美妆非平台大促的周末最高销量纪录。

2016.08.16

上海家化拿下天猫**双11晚会亿级独家冠名权**，引发舆论热潮。实现从晚会到天猫旗舰店、到媒体投放、线下活动等一系列资源共享，从预热到爆发期间进行多平台娱乐营销，让手机+电视+直播的多屏互动进一步激发互联网娱乐的想象极致。



营业额稳定增长

为品牌与消费者的对接找到了体验接触点。
去年双11，T2O娱乐营销的新尝试，率先全网销量破亿。



创新直播营销

启用大牌明星助阵佰草集、高夫等品牌，尝试用与平台联合直播的形式吸引年轻消费者，无缝植入销售场景。



IP定制/粉丝经济

选对大IP合作内容，同样可以有效帮助强化品牌形象、彰显品牌个性，与用户产生身份和个性的认同感，有效提升品牌的认知度和喜好度。



大数据精准洞察

在大数据洞察方面，将把新产品开发的过程、把科研体系变革打造成一个开放性的创新性平台，从源头深度发掘日化行业发展契机，找到差异区隔目标受众，驱动产品创新。



全场景营销

创造有效场景营销，根据不同的选址和消费者习惯，完善从一线城市到二线城市的全品牌数字化体验店布点，并以自动贩卖机的形式开设到人流更多的地铁及高校。

重点案例介绍 8.27超级品牌日：家的摩登时代

通过一系列线上推广，让受众了解“家的摩登时代”演变寓意着：上海家化一直引领着家庭的摩登时尚潮流。将8月27日作为超级品牌日，上海家化各品牌将摩登的生活方式融入各个年代的所有消费者的家庭中。

微信话题：预热话题推广

- # 从十里洋场到摩登家庭的时代见证 #
- # 霞飞路上的情怀代表着上海品质 #
- # 一百年来，“上海”就代表潮流 #

互动H5/倒计时海报：引爆流量 促进购买

手机端用户在H5中通过打开一个包裹，分别穿越到30年代、70年代、90年代和现代，通过在各个年代寻找通关密语，寻找回家的路。这个有趣的“穿越”创意也吸引大量用户转发分享，为品牌日线上店铺销售导流，促进销量转化。



重点案例介绍 4.17佰草节

借势佰草集首家海外旗舰店在巴黎开业，携手超模奚梦瑶以#东方美，国际范儿#为策略，打造具有佰草集品牌特色的电商购物节“佰草节”。

多屏互动传播，扩大曝光量

根据对都市年轻女性的生活场景洞察，通过多个电商平台的合理组合，并配合多方位覆盖、多场景组合媒介投放，引发消费者参与线上线下互动，传播中实现了品牌差异化定位认知，提升了品牌影响力和美誉度，进一步促进销售转化。

携手国际超模，引爆舆论热潮

携手国际超模奚梦瑶，以#东方美，国际范儿#彰显品牌精髓
分别通过预热期、引爆期、爆发期不同时间点的不同攻势，引爆全网电商平台，并在微博、微信激起热烈讨论，结合有奖互动H5分享引发二次传播，并充分利用CRM大数据等向门店销售导流。





Top
Mobile
Awards

旗下代表品牌

