



# 立白集团CDP项目 激活千万级私域用户

悠易互通

## 背景诠释

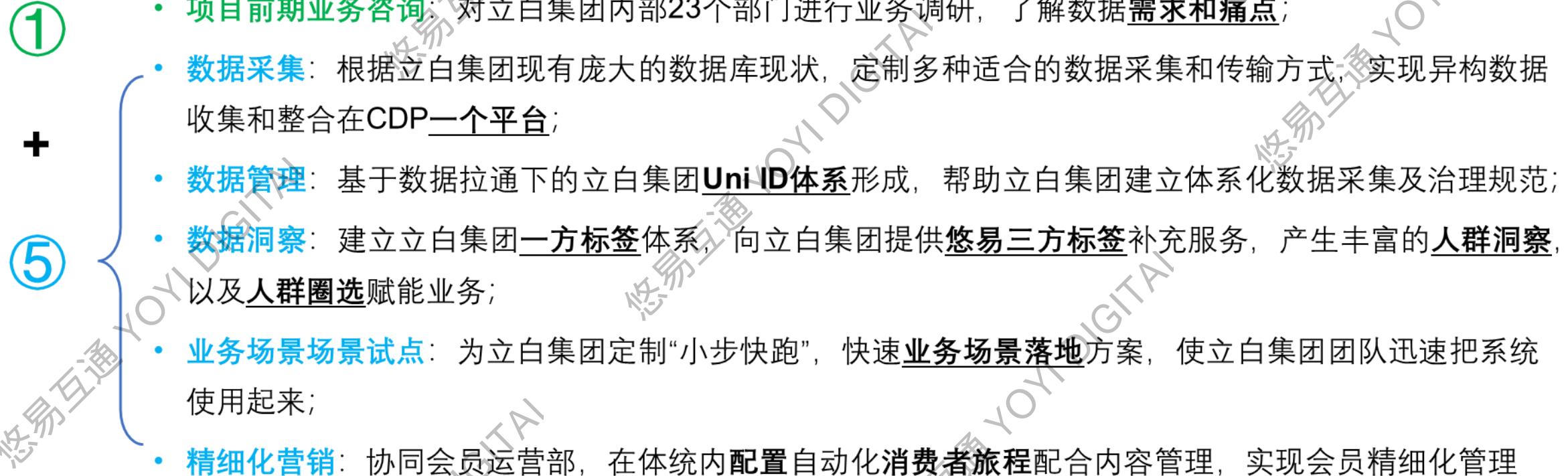
- 立白集团作为成立于1994年的国内大牌日化企业，面临着传统业务模式下消费者数据收集困难（尤其是线下渠道数据），数字资产没有沉淀；数据散落在各职能部门，营销效果无法在一个系统中呈现；无法做到快速有效的数据分析和识别完整的消费者旅程等数字化问题。
- 在立白集团“1+2”数字化转型战略指引下，立白集团委托悠易互通帮助搭建对接集团各消费者触达、交易及互动触点的消费者数据管理平台（CDP）。承担沉淀、回流、清洗、整合、分析，洞察消费者数据及赋能业务的作用。期望通过对消费者数据的精准运营赋能各消费者触点，以促进触点间的整合协同提升消费者体验及粘性，以最终逐步提升集团消费者复购率作为项目终极目标。

# 目标

通过立白集团消费者数据管理平台(CDP)项目，整合立白集团消费者数据资产，建设消费者数据平台，以洞察赋能业务，重塑人货场在业务中的定位，建立以消费者为中心的营销3.0战略布局，做好精细化消费者互动和数字运营，践行和完善立白集团1+2战略。

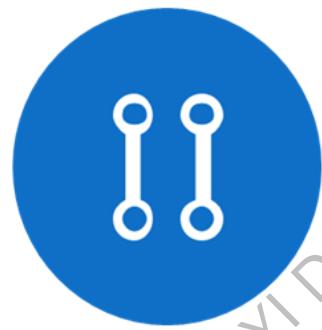


# 执行策略

- 悠易互通为立白集团设计了“**1+5**”的分步项目规划，  

  - **项目前期业务咨询**: 对立白集团内部23个部门进行业务调研, 了解数据需求和痛点;
  - **数据采集**: 根据立白集团现有庞大的数据库现状, 定制多种适合的数据采集和传输方式, 实现异构数据收集和整合在**CDP一个平台**;
  - **数据管理**: 基于数据拉通下的立白集团**UniID体系**形成, 帮助立白集团建立体系化数据采集及治理规范;
  - **数据洞察**: 建立立白集团**一方标签**体系, 向立白集团提供**悠易三方标签**补充服务, 产生丰富的人群洞察, 以及人群圈选赋能业务;
  - **业务场景场景试点**: 为立白集团定制“小步快跑”, 快速业务场景落地方案, 使立白集团团队迅速把系统使用起来;
  - **精细化营销**: 协同会员运营部, 在体内配置自动化消费者旅程配合内容管理, 实现会员精细化管理

# 执行策略

悠易互通借助前期对立白集团数据情况的调研，为立白集团定制了适合自身业务环境的消费者数据管理平台(CDP)，并进行私有化部署实施。在CDP系统方面，运用了悠易“无代码数据接入能力”，‘基于图计算的ID拉通能力’，“联邦学习-高净值客户建模”等技术，帮助立白集团在“数据采集”，“数据联通”，“标签和人群洞察”，“用户分析”，“数据应用”5方面进行提升。



无代码数据接入



基于图计算的ID拉通

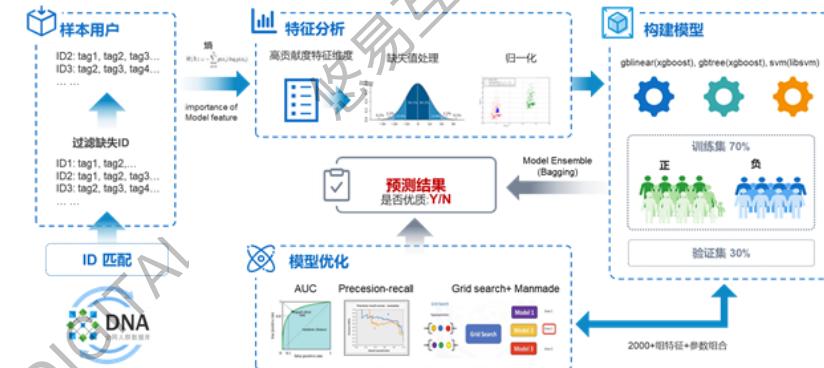


联邦学习建模

实现广告数据，官网，公众号，小程序，APP，会员数据，订单数据（上百张张数据表）被采集和接入

图计算替代单点拉通，全面提升数据拉通率

通过建模，识别高潜力、高净值人群快速触达，自动化运营，赋能业务增长



# 案例结果

- **亿量级**广告投放数据被回流沉淀为立白集团的数据资产；
- **千万级**的私域数据被采集，拉通后形成Uni ID；
- 形成丰富的人群洞察以及业务洞察（如：日均小程序打开量，日均公众号关注量，会员产生的订单量，以及客单价（RFM）等；
- 赋能公域投放业务场景，优化媒体策略，提升效果；
- 赋能私域线下会员复购，优化促销组合，提升客单价，提高复购率；



# 案例分析

- **项目理念:** CDP项目不仅仅只是提供客户一套高效的工具，而是需要提供给客户一套完整的定制化的解决方案（从数据-技术-到运营），协助客户把工具用起来。
- **项目设计:** 不同行业的客户存在着：业务模式的差异化，产品周期的差异化，消费者需求的差异化。以及不同客户内部的数据系统差异化，数字化建设的成熟程度不同。这些都需要供应商能够提供适合客户业务需求的CDP产品功能，同时提供专业的咨询和陪跑服务。
- **客户成功:** 悠易互通CDP项目，提供给客户的不仅仅是一套强大的工具，同时为每位客户配备了1-2名资深客户服务人员 (client success)帮助客户梳理业务并形成体系，指导和规范工作流，提供客户在系统上线前期的培训，协同客户根据业务需求把系统使用起来。



全域  
**智能营销**  
引领者



了解更多资讯



联系专属客服