

从0到200万会员 金虎便利服务商君时慧成揭示运营秘诀



近日,因密度高、数字化服务全国领先,山西便利店引发全国关注。今年8月支付宝凉爽红包节日期间,山西便利店更是拿下三料冠军,其中,山西老牌便利店金虎便利的优惠券核销率位居山西首位。

金虎的信息化系统曾被行业协会评为数字化标杆。亮眼成绩的背后离不开一位“幕后推手”——君时慧成。2017年君时第一次和金虎合作,这一年的支付宝“双12”,金虎创下单日销售额最高纪录;之后君时帮金虎搭建了全套信息化系统,并上线了支付宝小程序、打造会员系统……目前金虎在支付宝的会员数已超200万,相当于一半太原人都是它的会员。未雨绸缪的数字化布局助力金虎在疫情期间逆势扩张,线上销售达到平日的20倍。

君时联合阿里云帮金虎搭建全套信息化系统

如今,山西的消费者已经很熟悉便利店的数字服务,比如进店用手机支付,结账前上支付宝搜便利店的小程序,享受会员优惠。

其实2015年前,金虎对是否发力数字化尚在观望。让创始人金根虎下决心投入数字化的契机是一次阿里巴巴集团的考察。

当时,金虎的内部ERP系统已有些老化,而企业的发展目标是放眼全国,因此现有的数字化系统不够用了。“如果现在不改造,未来的改造成本会更大。”

在与阿里巴巴等平台多次洽谈后,金虎下决心投入数字化,且初期就决定借助第三方平台。毕竟,对金虎这样的零售企业来说,建设一套数字化系统可能需要千万级的资金投入,企业需要花钱养200多个程序员,单干的成本太大了。

当时,君时还是一家煤矿数据服务商,不过煤矿行业

越来越不景气,君时也在谋求转型。通过阿里云搭上线后,双方一拍即合。选对了合作伙伴,也让金虎少走不少弯路。

君时和金虎合作的第一件事,是帮金虎上线数据中台。

企业创立初期,一个ERP系统和供应链就可以满足前端的售卖和后端供应,如果发展了新业务,那就再建一个系统。

几年下来,企业发现,不知不觉竟建设了十几个信息化系统,然而耗费巨大财力物力却并没有提升工作效率;并且,企业如果想开展一些创新业务却没有数据的支撑,因为数据沉淀在各个子系统里,可能来自不同的供应商,子系统之间并没有打通,无法灵活衔接,一旦供应商因为排期等问题拖延,企业很难在第一时间收集到全部的数据。

君时帮金虎把子系统全

部打通以后,企业调取各个子系统之间的数据就简单了,并且所需的数据形态可以多样化,也可以根据前台反馈的顾客需求进行快速调整响应。

“这样可以保证客户要的数据一定是量身定制、且经过千锤百炼的,”君时慧成研发总监刘丽表示。

另外,数据沉淀在中台上,而不是子系统,带来的好处是,企业不会因为子系统供应商产生变化而受到限制。退一万步说,对金虎来说,如果某家供应商突然不做这块业务了,那金虎及时采购另一家供应商就可以了。

2017年支付宝“双12”线下生活节,是君时和金虎合作后的首次“实战演练”。

“传统企业搞促销活动一般会先选商品,然后向各个门店下销售任务,实际促销结束后再复盘,销售过程中企业无法过多干预销售细

节。并且,企业在促销当天无法看到实时销售数据,大部分时候是督导指挥、人力盘点,第二天采集、核准数据后才知道卖得好不好。”刘丽介绍称。

不过,在上线了信息化系统后,当天就可以在调度大屏上看到实时的销售数据,哪些区域卖得好一目了然。并且,前端后端可以配合指挥作战,对于销售不力的区域,可以采取一些手段灵活干预。

在这次支付宝“双12”大促中,金虎的销售额比平日增加了4倍,创下了单日销售额的历史最高纪录,全国排名第二。信息化系统的上线还帮金虎提升了办公效率,每个员工平均每天节省了2-3个小时。

尝到数字化甜头的金虎在2018年下半年,陆续和君时合作搭建了会员中台、数据中台、业务中台,并快马加鞭打造会员系统。

通过支付宝小程序将一半太原人发展成数字会员

线下零售业的疲软,让便利店企业面临到店客流下降、坪效降低等挑战。对金虎来说,过去一直苦于吸引顾客,有时候攒足了劲做促销,周边居民都不知道。如何吸引客流、留存提升客单价,打造数字会员体系,把生

意做到线上,是金虎给出的一项解决方案。

2019年,君时帮金虎将门店接入支付宝小程序,作为会员体系的载体,并结合支付宝的搜索、卡券、IoT设备等自运营工具为下一步精准营销奠定坚实的基础。

如何吸引客人入会?先用实实在在的优惠打动用户,通过支付宝小程序发放优惠券,用户成为会员后就可以享受专属优惠。此外,金虎积极参与支付宝大促等活动,利用支付宝的公域流量结合私域拉新。另外,金虎将旗下多业态打通后,沉淀在支付宝小程序的会员积分可以当钱花,并且还能在金虎旗下的今度烘焙、早早快餐等业态使用。2019年以来,为了有效提升会员的活跃度和复购能力,金虎结合支付宝小程序打造了专属会员日,最近在20周年庆活动期间,金虎还推出劲爆福袋和1元爆款单品活动,拉动会员日活跃度增长300%。多管齐下,会员得到了有效的留存。

过去,一次促销拉新平均500人,接入支付宝小程序后一次拉新超万人,目前,金虎的太原会员累计超过200万。根据金虎便利董事长助理徐萌透露的数据,金虎的会员平均销售额是非会员的1.5倍。

各类数字化手段还帮金虎吸引并积累了更多年轻用户,现在金虎的主力用户群体年龄在25-35岁之间。

为了提高营销的效率,君时通过算法模型,描绘用户画像,将制定好的销售和促销策

略更精准地发送给合适的用户,吸引更多合适的用户开店,还可根据用户需求动态调整商品SKU,实现精准匹配供需。为了满足消费者的多样化需求,君时还帮金虎引入了支付宝的蜻蜓等IoT支付设备,并将支付宝小程序和IoT打通,更高效提升会员管理,不断增加线上线下消费转化效率。

数据显示,2020年疫情防控期间,不少便利店关门倒闭,金虎反而逆势扩张,线上销售是平时的20倍。

商家的数字化成绩离不开服务商的技术支持和精细化运营。刘丽介绍称,目前在零售领域,君时已经为包括金虎在内的30余家连锁便利企业提供了数据分析、门店管理、新零售应用等行业应用系统,结合公司提供的智慧门店、会员管理、社区团购、聚合支付、聚合外卖等系统,形成了完整专业的新零售信息化解决方案。

正是基于这些山西便利店的成功经验,不久前,君时慧成联合支付宝和其他服务商,共同推出了便利店数字经营的“山西套装”,总结了如何将线下门店、供应链和支付宝小程序、卡券等线上工具结合的经营窍门,并全面面向行业开放。

林嘉

一半太原人是会员，金虎便利怎么做到的？

