

# TIMING营销 精细化全渠道服务解决方案

# 目录

01

**私域营销专案**

沉淀品牌自有流量池

02

**会员运营方案**

建立会员忠诚度体系

03

**营销数字化产品**

客户运营平台  
会员忠诚度管理平台

04

**私域赋能方案**

数据驱动，客户先行

NO.01

私域营销专案

Private domain

# 基于微信的私域流量运营是企业必备基础能力

互联网流量红利消失，流量平台过度集中，获客成本再次攀升

解决方案：私域会员营销，沉淀品牌自有流量池

## ——私域营销专案

- 方案支持 ✓
- 技术支持 ✓
- 运营支持 ✓
- 分析支持 ✓

## 私域流量的深耕将是品牌未来两年运营的主战场



微信

月活跃用户 (MAU)

12.5亿

9成国人在微信，区域  
大盘坚固夯实



企业微信

服务微信用户

4亿去重

链接企业/组织  
550万+



微信小程序

月活跃用户 (MAU)

4亿+

2020成交总额(GMV)  
增长  
100%

## 从流量思维到用户思维，私域流量成为重要资产

当低转化率遇到高获客成本，传统花钱买流量的用户思维已经过时；以用户为中心，精细化运营，提升转化和留存的用户思维才是破局关键。存量竞争的加剧，倒逼企业加速私域流量建设，腾讯在Q2财报中给私域流量给出的官方定义，即广告主通过私域与用户建立关系、并有效维护长远而忠诚的客户关系，而非只是单次交易的广告投放。



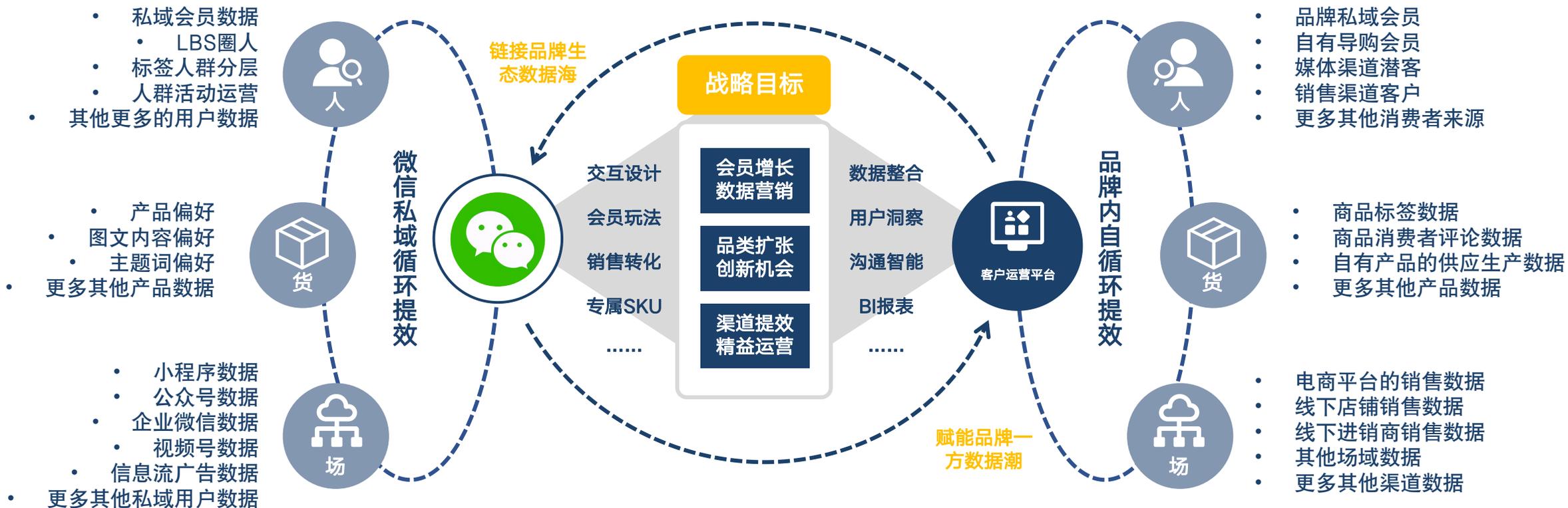
公域特点：平台方所有/需付费用户关系链弱/数据不自有



私域特点：企业或个人所有/无需付费用户关系链强/数据自有

# 专注为客户打造私域流量的智能营销平台

私域数据与品牌数据互通，实现与消费者沟通直接、长期信任的DTC模式



## 帮助您实现品牌私域矩阵化运营

### 客户活跃



微信小程序



公众号



用户活  
跃

- 日常交互活动
- 主题交互游戏
- 社区话题互动



直播实时互动

交互体  
系

- 交互积分规则设计
- 积分兑礼门槛设计
- 交互活动设计



智能沟  
通

- 消息模板文案撰写
- 关键时刻客户关怀
- 关键词自动回复
- 交互活动引导



品牌宣  
传

- 多元品牌信息输出
- 品牌活动裂变传播
- 品牌信息高效触达

### 客户管理



企业微信



社群管  
理

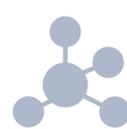
- 客户标签管理
- 统一社群管理
- 沟通风险监控



客户沟通

- 1v1专属高效沟通
- 客户旅程关键时刻沟通
- 关键词自动回复

### 客户触达



朋友圈广告



算法推  
荐

- 忠诚客户专项触达
- 潜在客户裂变触达
- 普通客户精准触达



客户  
转化

- 潜在客户消费转化
- 普通客户忠诚转化
- 忠诚客户传播转化



视频号



高效  
推广

- 地域辐射推广
- 人际辐射推广
- 官方扶持推广

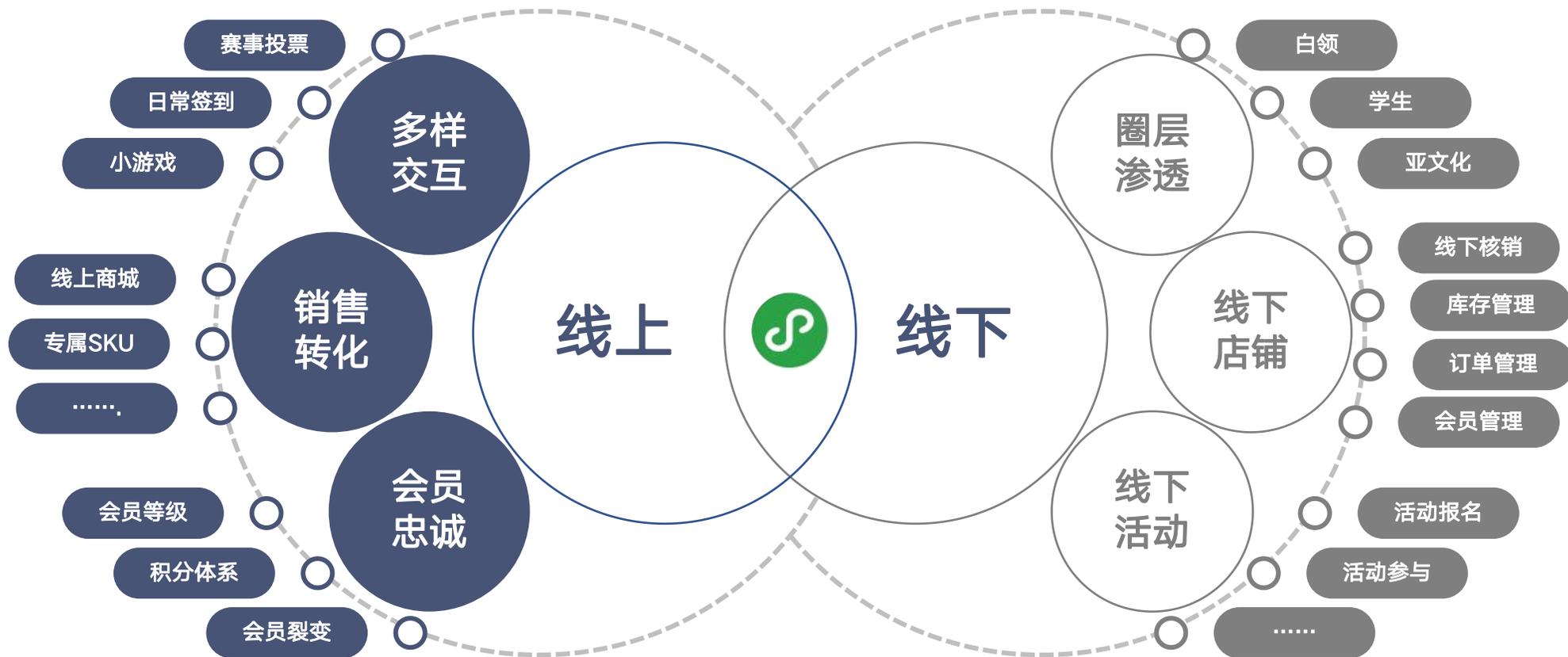


社交  
触达

- 去中心化多元触达
- 惯性社交高效触达

## 小程序：拓展客户终身价值

随着电商平台流量成本的快速上涨，品牌从只看重短期的GMV到注重提升更长期的CLV成为必然的选择，这是一种产品思维向用户思维转化的运营模式



## 公众号：私域矩阵的沟通枢纽

### 功能跳转

- 小程序功能入口
- 企微自动推送
- 社群就近推荐
- 视频号/直播入口



### 内容输出

- 专栏化文章
- 活动推送
- 节日祝福
- 企业文化输出



### 流量入口

- 公域引流
- 用户沟通



### 活动运营

- 裂变拉新
- 有奖征集
- 新品试饮
- 留言抽奖
- .....



推送促销活动和互动话题，增强用户粘性

## 为品牌提供多种企微运营工具

### 营销管家

多种营销活动一键下发



### 客服管家

大幅度提升客服沟通效率

- ✓ 快捷回复
- ✓ 订单自动管理
- ✓ 标签自动同步
- ✓ 小红包一键发送



### 社群管家

群管家

通过群管家功能，客户可以轻松可以实现，群SOP、群日历、群打卡、活码拉群、进群打招呼、发广告踢人、群公告、防骚扰、拉黑名单，群统计等一些列群功能，大幅度提升客户的群管理和营销效果

群营销

群活码，满员自动建新群、进群发欢迎语、群关键词自动回复、群防骚扰，发公告自动踢人、拉黑名单

群统计

司机群统计、司机群聊天、司机群活跃统计

### 朋友圈管家

- ✓ 企业微信朋友圈素材实时分发&提醒
- ✓ 打造企业微信朋友圈人设IP



### 客户生命周期管家

- ✓ 员工可查看客户的详细资料：基本信息、轨迹、消费记录、订单数据等
- ✓ 帮助商家实时了解客户详细信息，助力运营



## 视频号：激活客户社交关系网络

账号定位

账号注册

创意策划

剪辑拍摄

运营推广

数据分析

账号运营



视频号

- 社交传播
- 内容分发
- 实时直播
- 商品销售

内容引流



公众号



微信小程序

## 朋友圈信息流广告：精准触达目标人群



### 资源选择 甄选优质流量

- 基础定向
- 标签定向
- 人群包



### 定向测试 精准定位用户



### 优质素材 打动潜在客群

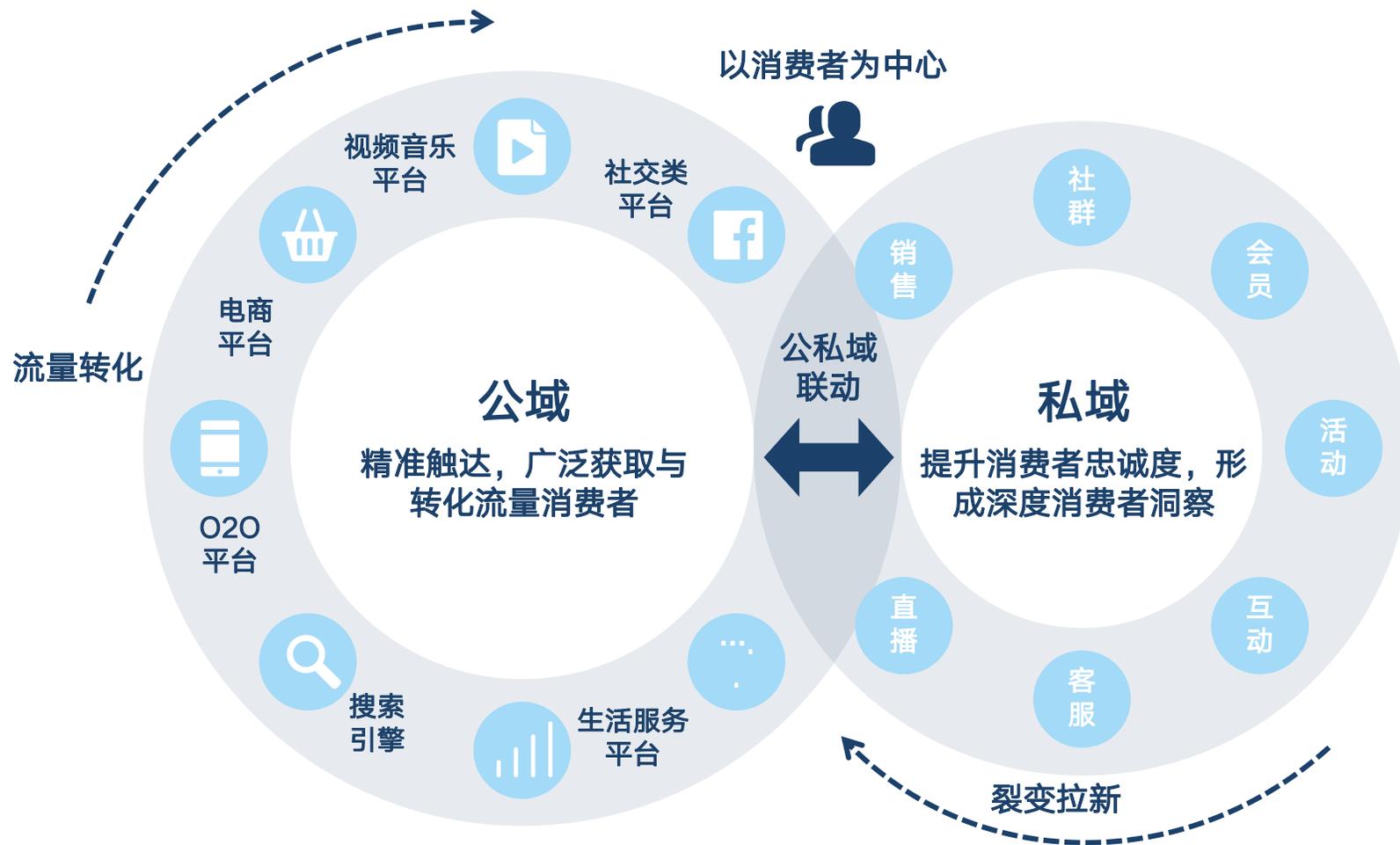
- 卡片图片/视频
- 六图轮播
- 动态交互



### 转化链路 多链路转化用户



## 私域运营将给企业带来深远的影响，帮助企业拓展客户终身价值



以全域数据推动业务洞察提升

NO.02

会员运营方案

Member operation

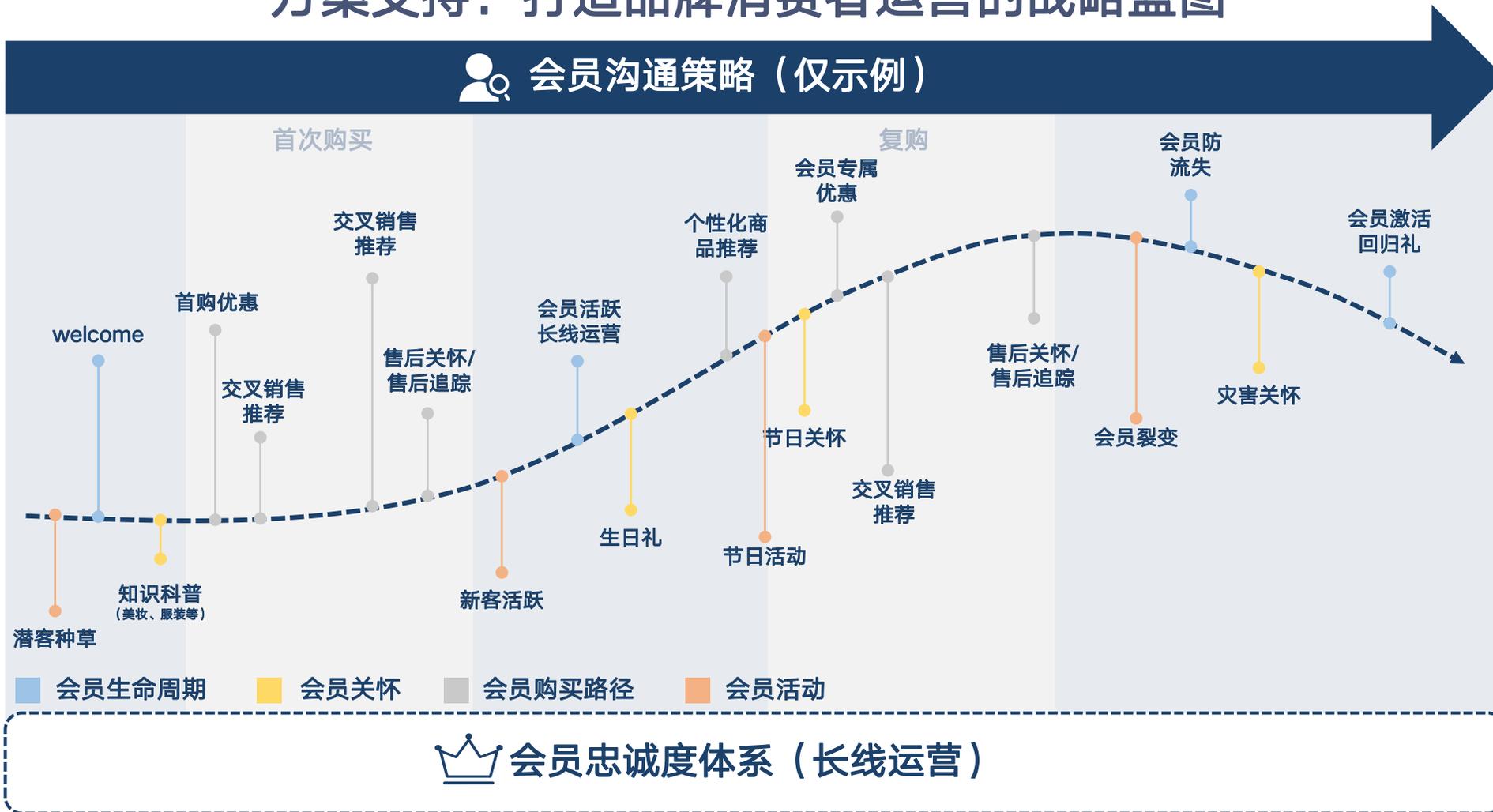
# 打造品牌消费者运营的战略蓝图

## ——会员运营方案支持

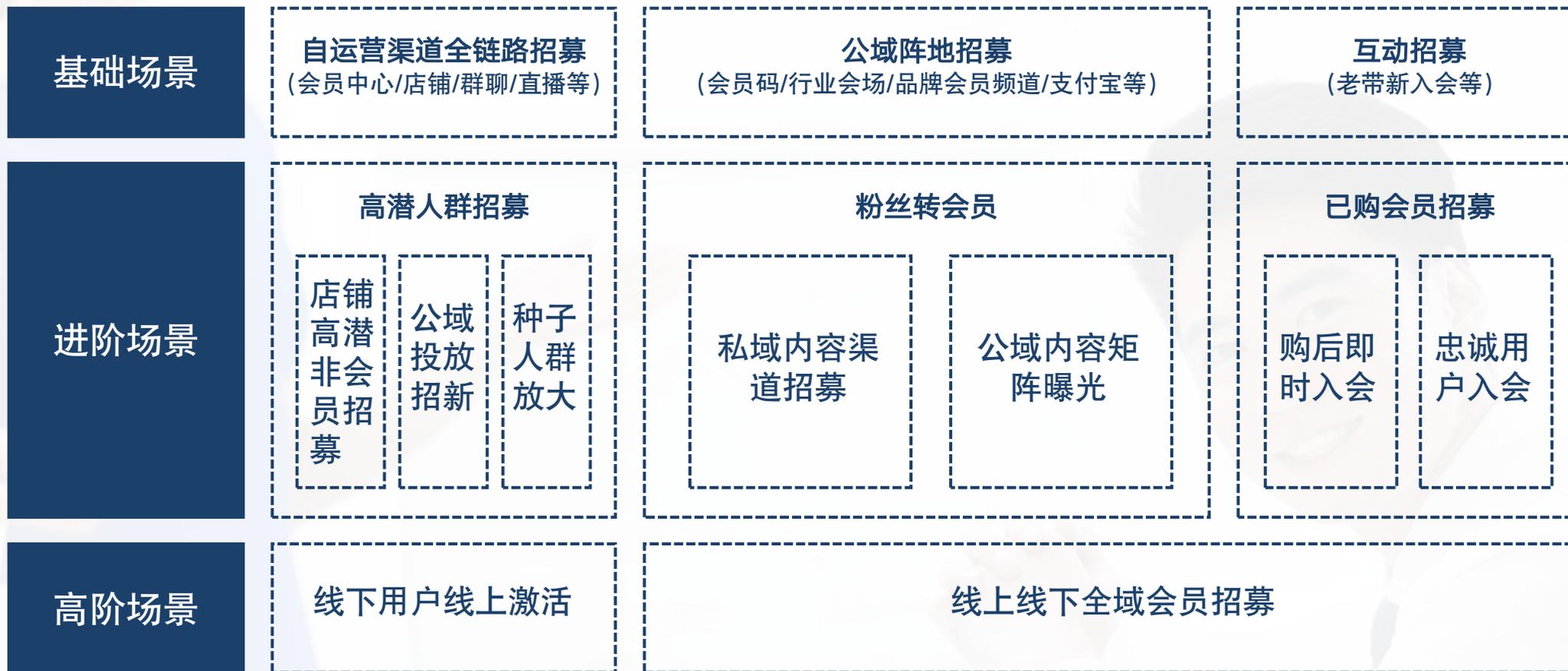
### 行业深耕 经验丰富

- 会员沟通策略
- 会员招募
- 会员忠诚度体系
- 会员活动玩法

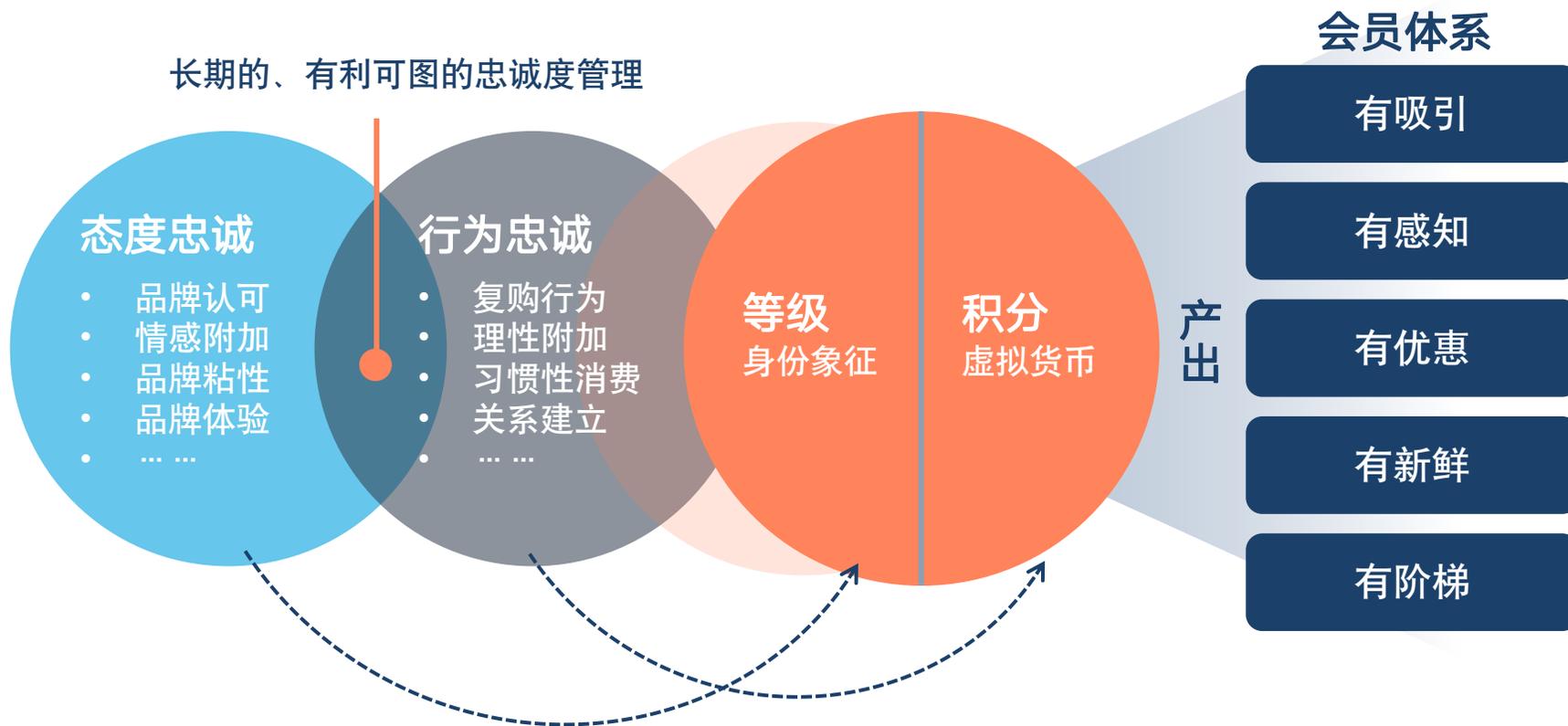
## 方案支持：打造品牌消费者运营的战略蓝图



## 会员招募：打造品牌会员招募矩阵，实现会员高效拉新



# 会员忠诚体系：会员长线运营，探索等级与积分的“击球点”



## 支持内容

01 行业&竞品研究

02 会员等级设计

03 会员权益规划

04 会员积分体系

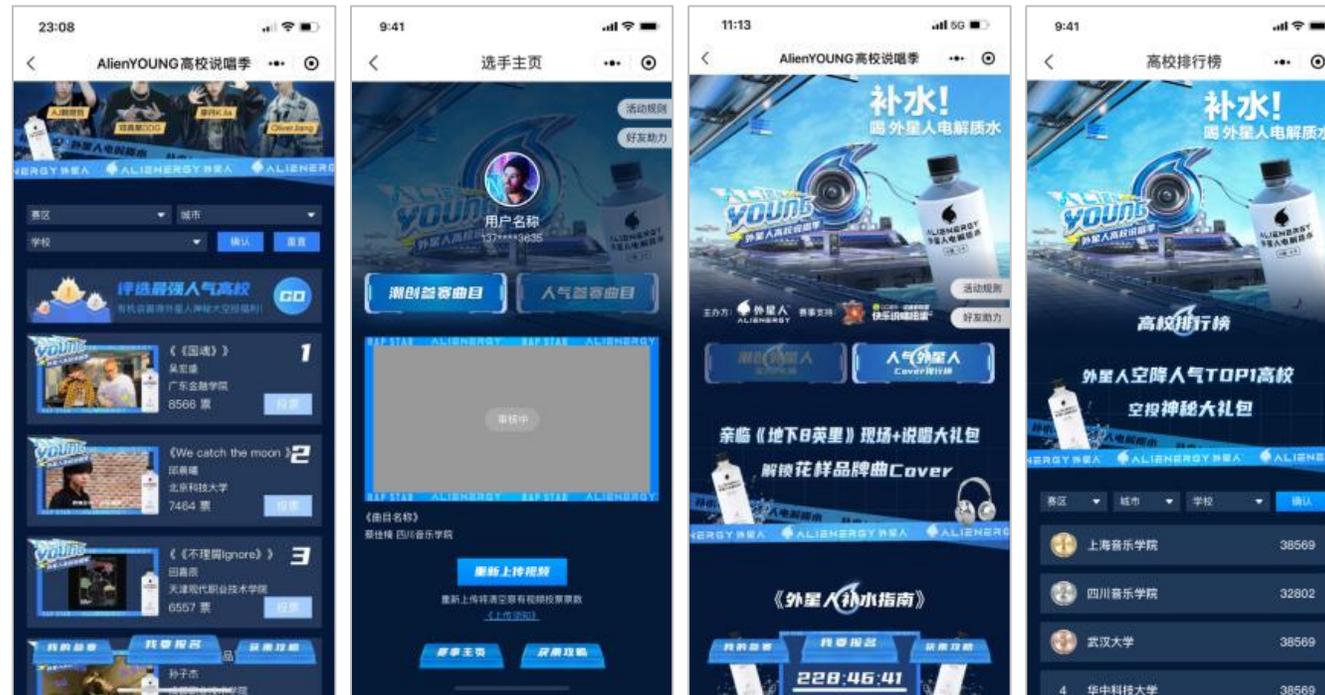
05 会员互动创意

06 会员KPI指标

## 案例：外星人元气森林

# 封面青年招募票选

票选出你心中的“封面海报主角”  
成为本期封面青年



## 高校说唱季

自制作作品争当外星人“品牌人气Rapper”  
赢万元奖金

## 案例：外星人元气森林

# 外星人电解质水

### ◆ 项目背景

作为元气森林旗下新秀，外星人品牌在公域上已有很高的曝光量与流量，并积攒了数量庞大的用户群体，这些用户通过品牌活动认识到外星人并喜欢外星人，现有的私域工具无法将他们留存并进行长期且具有深度的运营。另外，一些品牌圈层活动亟需找到合适的承载工具，让圈层用户能在这个私域平台上互动起来，沉淀下来。

### ◆ 项目需求

**建立品牌活动私域阵地** —— 做好私域流量沉淀，提升

用户品牌认识

**搭建会员忠诚度体系** —— 忠诚用户培养域维护

**品牌活动持续运营** —— 品牌内容的持续运营和升级



## 案例：伊利优酸乳

# 樱花季 樱花星球

### ◆ 项目背景

2月22日大家对爱强烈的呼唤，樱花星球跨越光年应约而至，马上登录/爱住樱花星球，解锁你的樱花居民身份ID。

### ◆ 项目需求

**流量积累助力销售转化 多种互动好友玩法裂变**

**限定产品推广打造爆品**

### ◆ 项目内容

- 商品组合销售：通过限定产品+定制罐+明星限定明星片+樱花星球居民证书带动产品销售，实现销售转化。
- 樱花定制罐：利用和用户强关系绑定的定制内容驱动用户参与活动，强化品牌认知，传递品牌调型。
- 樱花星球居民证书：强化用户樱花星球认同感，可在线生成居民身份证，购买产品组合可以获得纸质证书。
- 新品实验室：进入页面填写问卷调查后可以进行新品试饮，回流用户数据。



## 案例：伊利优酸乳

# 优酸乳 X 花儿与少年「露营楂寨」

### ◆ 项目背景

山楂、乳汽新品自带天然“活力”“健康”社交属性；爆款综《花儿与少年》全新赋能，流量引入促销转全新露营周边助力销售；公私域交互导流，打造“互动+福利”全新玩法。

### ◆ 项目需求

打造粉丝“潮流文化聚集地”

达成裂变传播

### ◆ 项目内容

- 以“云社交”为核心，“露营”场景为创意接触点，结合当下露营热潮打造“DIY人物形象适配多元场景”线上交互游戏，输出“用户+品牌”态度，深度交互促进用户活跃。
- 每期活动拍照广场内点赞量评比前10名，可赢取露营“楂”寨系列周边&明星亲笔签名照。限定场景解锁后还有神秘嘉宾，装备全部解锁后还可赢取露营“楂”寨系列周边大礼包。



## 案例：伊利植选

# 漫漫春日慢慢早餐活动

### ◆ 项目背景

植选与艺术家达人赵小黎合作推出艺术周边联名，通过UGC&小红书分达人招募形式，强化活动传播与曝光。

### ◆ 项目需求

跨界联名丰富货品组合

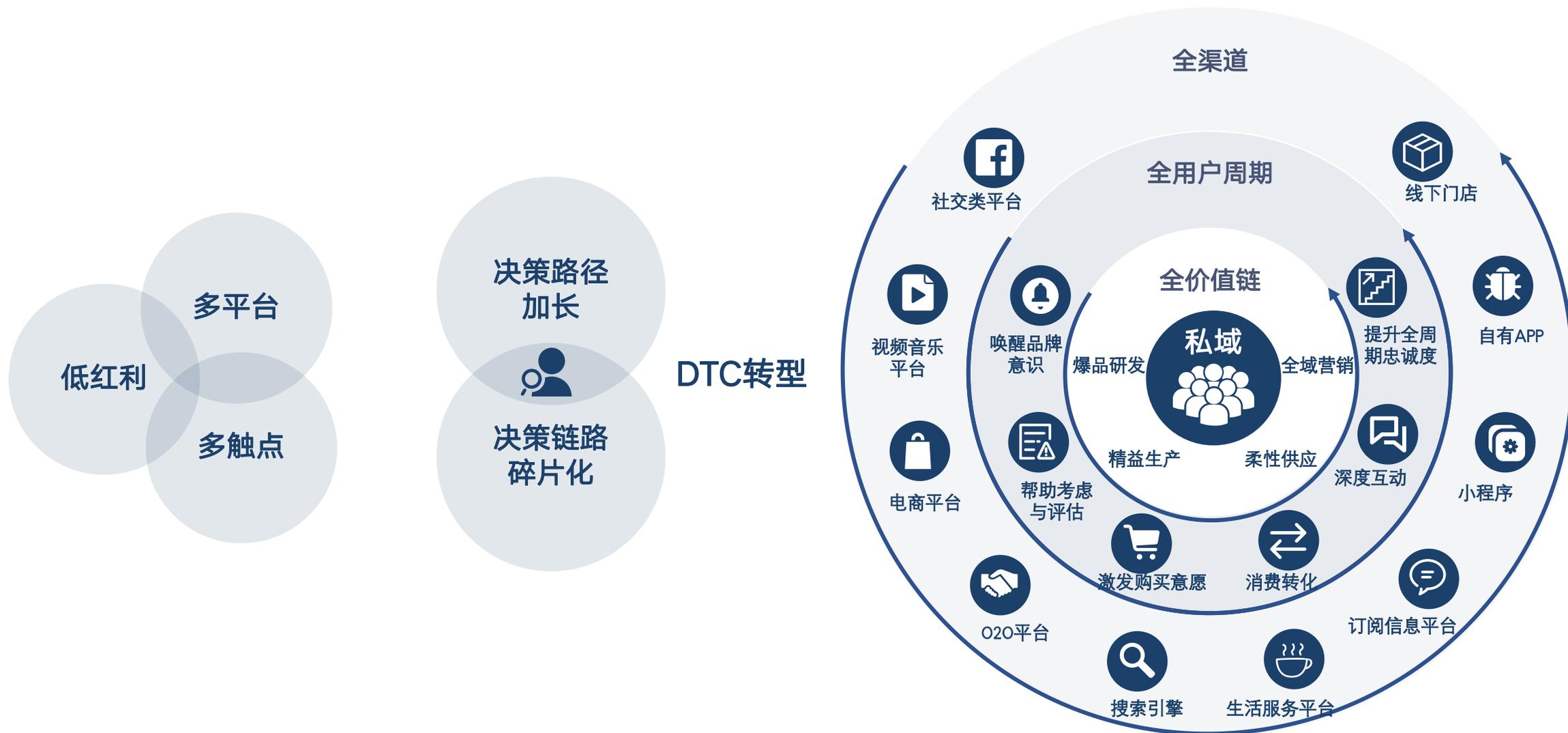
分享达人招募提升传播曝光

### ◆ 项目内容

- 商品组合销售：通过品牌产品+艺术周边结合形式，丰富商城货品多样性，并实现销售转化。
- 分享达人招募：通过小程序UGC、社群、小红书等多渠道活动分发，实现活动用户招募，并利用分享奖励机制刺激用户分享传播。



## 以私域为核心的全域消费者持续运营



# NO.03 营销数字化产品

Marketing digitization

# 基于大数据与AI技术的营销策略专家系统

**客户运营平台：**以用户为中心，连接全渠道顾客触点，与顾客持续互动，沉淀顾客数据，通过TIMING客户运营平台的数据底层将数据价值变现，实现互动产生数据，数据优化互动，助力企业在市场营销、产品销售、和客户服务中的经营场景中实现数据化运营。

**会员忠诚度管理：**运营不再以单个渠道为导向，打通全渠道会员数据，实现全渠道会员活动运营的统一，并通过分析模型、数据看板，随时掌握业务全景，指导营销决策。

——TIMING “营销数字化SaaS” 产品



# 客户运营平台

以用户为中心，连接全渠道顾客触点，与顾客持续互动，沉淀顾客数据，通过TIMING客户运营平台的数据底层将数据价值变现，实现互动产生数据，数据优化互动，助力企业在市场营销、产品销售、和客户服务中的经营场景中实现数据化运营。

## 系统性的顾客数据整合

- 全渠道身份统一
- 全渠道顾客行为统一
- 全渠道画像
- 全渠道营销同步
- 全渠道积分同步

## 最大化单一客户价值

- 客户分层管理
- 客户画像
- 运营诊断
- 客户行为洞察
- 关键时刻智能营销
- 客群解读
- 分群运营
- 营销策略管理
- BI报表

## 最全面的数据接入

- 消费公域
- 社交公域
- 品牌私域
- 渠道来源



首页

营销中台

营销方案中心

关键时刻智能运营

客户分层管理

客群解读

画像

分群推送

CDP

顾客洞察中心

全渠道数据管理

全渠道员工管理

TIMING BI

系统

设置

## 功能示意



**全渠道数据整合**  
多渠道数据接入，重复  
ID客户归并



**客户画像精准洞察**  
根据用户行为标签进行画  
像洞察分析



**多维度客户签体系**  
根据客户行为进行标签  
分类



**客户分层**  
让营销活动高效触  
达不同客户群体



**关键时刻精准营销**  
支持千人千面个性化营销  
和后续跟踪



**全方位数据诊断**  
可视化数据洞察，有  
效掌握业务全景

# 客户运营平台运作流程

## 数据接入



## 数据处理



## 品牌运营+客户运营双引擎



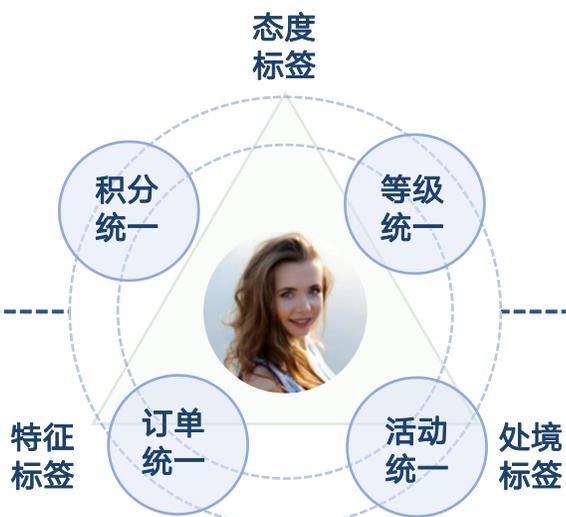
# 会员忠诚管理平台

运营不再以单个渠道为导向，打通全渠道会员数据，实现全渠道会员活动运营的统一，并通过分析模型、数据看板，随时掌握业务全景，指导营销决策。

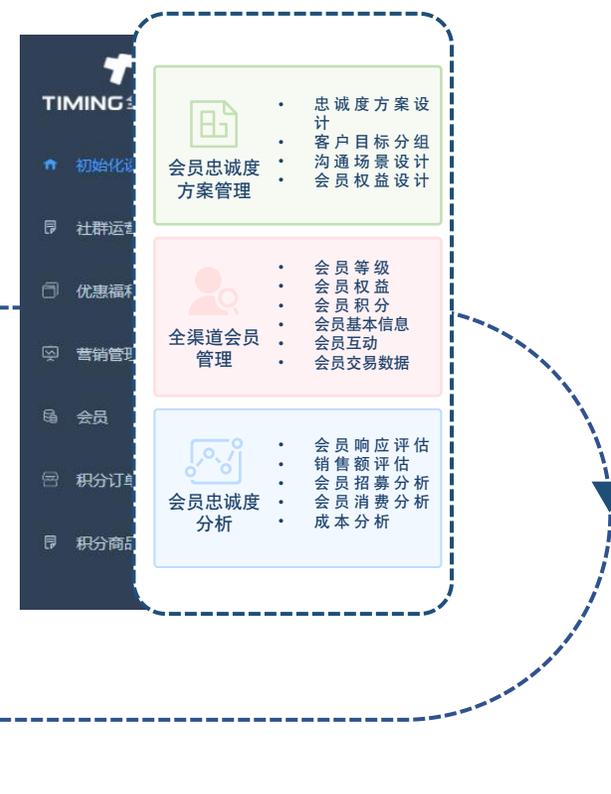
## 全渠道会员数据采集



## 统一用户ID、标签的全域会员系统



## 全渠道会员忠诚度管理



## 功能示意



### 社群运营

客户资源的统一管理、  
一键群发



### 优惠福利

多种优惠福利的创建  
与管理



### 营销管理

营销活动管理与活动  
积配比



### 会员

会员的统一管理、  
等级管理



### 积分订单

积分订单的管理



### 积分商品

积分商品的管理

NO.04

私域赋能方案

Enabling Scheme



# 不要等待，主动出击！

## ——私域赋能专案

### 数据驱动 客户先行

- 数据整合
- 客户洞察
- 客户分层
- 标签体系

### 全节点掌控 延长蓄水期

- 客户转化运营

### 精准营销产品化 营销场景自动化

- 精准营销产品化

# 数据驱动 客户先行

## CDP数据驱动

利用CDP进行全渠道数据整合和清洗海量历史订单，再进行基于电商用户行为洞察算法的客户分层和精准沟通及营销策略设定，数据赋能双11。

## 夯实客户基础

更精准更专业的用户体验，帮助品牌使更多用户“走进来”并“留下来”，增加用户黏性，夯实客户基础。



## 打造内部分层池

对当前的忠诚客、流失客、新客、普通客进一步分类，通过客群需求分析，对各类人群进行全面覆盖预热与福利触达，尽可能保持活跃与私域转化。

## 营销赋能

对各营销阶段的用户行为数据进行总结分析与优化，精准客户分层，提供好客户体验，实现销售目标。

 基于海量的历史订单与先进的CDP能力

打造内部客户分层池，秒增百万+客户，夯实客户基础

## CDP在电商品牌的运用



### 全渠道数据整合

多渠道数据接入，重复  
ID客户归并



### 客户画像精准洞察

根据用户行为标签进行画  
像洞察分析



### 多维度客户签体系

根据客户行为进行标签  
分类



### 客户分层

让营销活动高效触  
达不同客户群体



### 关键时刻精准营销

支持千人千面个性化营销  
和后续跟踪



### 全方位数据诊断

可视化数据洞察，有  
效掌握业务全景

# 全渠道数据整合



## 客户行为洞察

- 多种行为规则设置，行为轨迹和行为比双重洞察保障，更精细化刻画会员标签

### 多行为规则设置

消费行为	预售行为
浏览行为	退款行为
直播行为	分享行为
绑定会员行为	加入会员行为
收到推送行为	.....

### 洞察会员消费行为，刻画会员标签

行为轨迹: 已有 1 个轨迹行为刻画, 节点数: 1

首次行为: 90 天内 有过 消费行为/购买高端商品

大于等 1 次

行为比: 已有 1 个行为比刻画

1、 消费行为/购买高端商品 占 消费行为/购买所有商品

大于等于 80 %

添加行为比 清空

标签置信度:

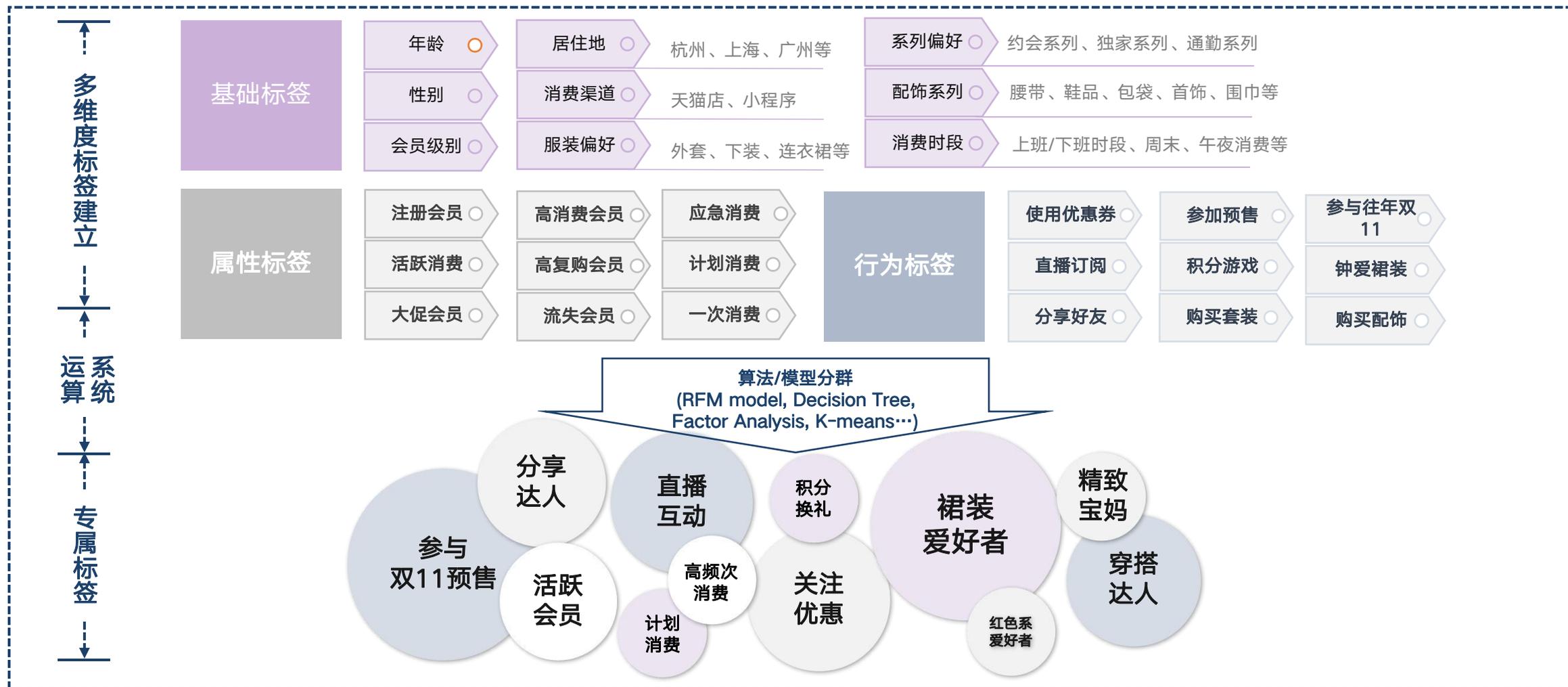
标签: 高品质消费 标签分: 0.0

添加标签

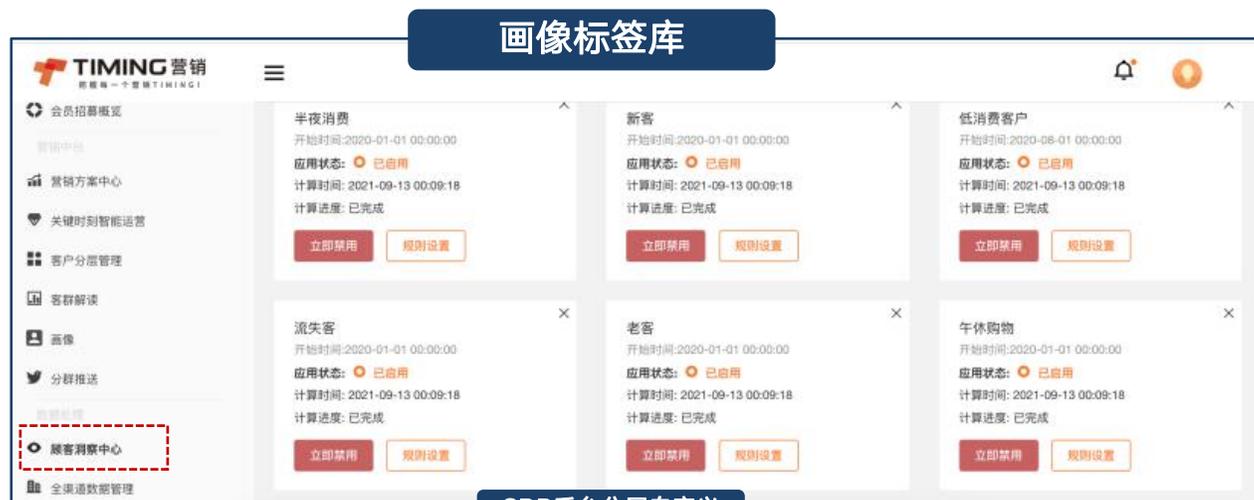
CDP后台操作页面示例

## 客户标签体系搭建——服装品牌标签示例

- 利用各维度数据深度挖掘会员消费的行为及社群表现，以消费者为中心，充分了解每位会员的个性与价值



# 客户分层管理



画像标签库

自定义画像标签库，对标签分类管理



营销支持

- ✓ 线上商城及线下门店可依照不同的需求拉取满足不同条件/不同标签下的会员名单，为更符合条件的会员开展针对性的营销活动。



分组推送

- ✓ 标签化用户后，分析用户按照不同维度区分后的行为，根据不同类型消费者差异性，进行分组推送营销内容。



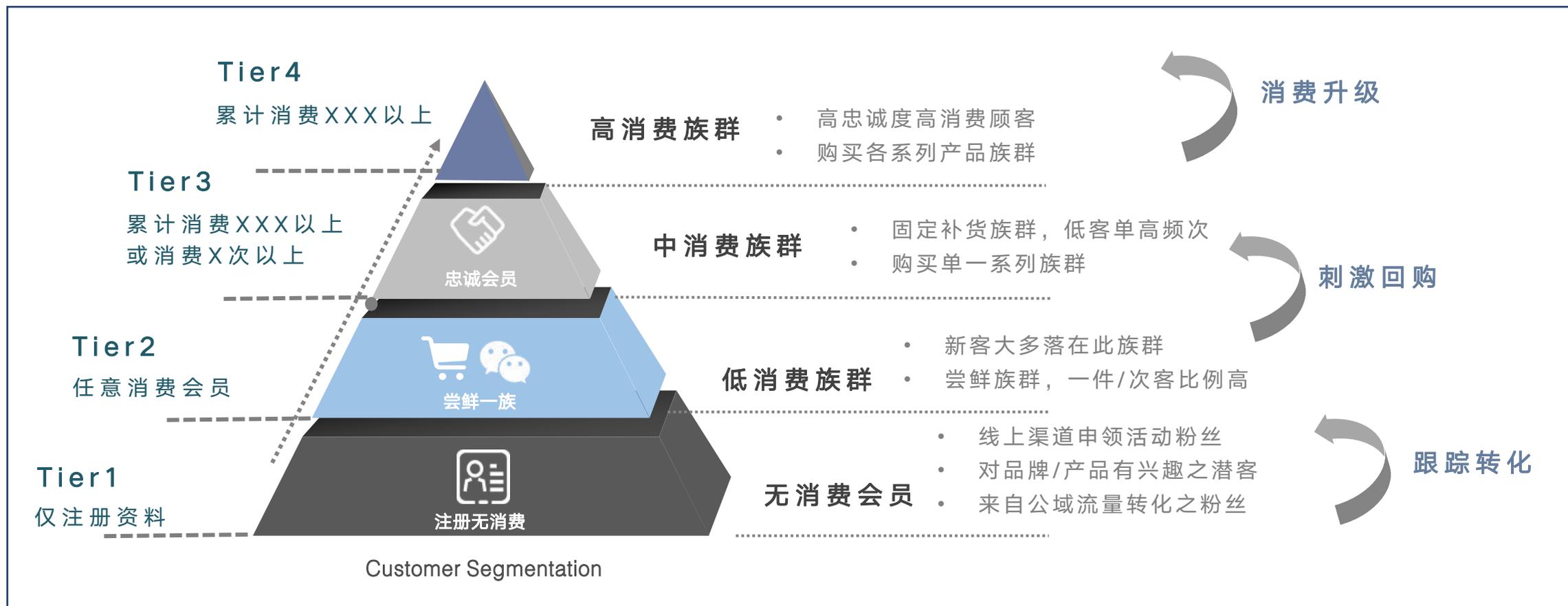
CDP后台分层自定义



标签分类

## 客户分层管理——示例

- 划分各类族群，根据不同族群特性设计会员计划规则，以达到**转化、回购、消费**升级的目的



## 如何全节点掌控 延长蓄水期？

通过CDP平台分层引擎，对全量客户进行一次全面覆盖，延长客户价值周期与品牌蓄水期，在蓄水期内唤醒客户的品牌认知，以便在预热期和爆发期有更好的参与度

### 完善客户转化体系

订单数据导入，根据业务需求场景，个性化定制精细化运营策略体系



### 转化节点监测

客户转化节点可视化，并根据转化效果和优化建议，进一步优化沟通策略



### 构建客户沟通旅程

在客户关键行为触点进行关键时刻沟通（运营动作），进而实现客户转化



### 成效评估

建立运营成效评估体系，通过单品、渠道客户价值等多维度输出分析报告

# STEP 1: 完善的客户转化体系

- 根据业务需求场景，将客户转化为新客转化、流失客转化、风险客户转化、正常客户转化、以及精细化运营转化等

## 新客分类

## 转化目标

## 转化策略与工具

## 运营结果

### 新客户转化运营

- 抖音来的新客
- 微信来的新客
- 通过天猫来的新客
- 通过购买高端产品来的新客
- ... ..

- 成为正常客户



转化工具  
客户旅程组件

成为普通客户以上的客群  
转化成功! 客群进入正常  
客户转化运营

成为流失客群  
转化失败, 进入流失客户  
转化运营

### 流失客转化运营

- 刚刚流失的客户
- 流失了3个月的客户
- ... ..

- 成为正常客户

成为普通客户以上的客群  
转化成功! 客群进入正常  
客户转化运营

成为流失客群  
转化失败, 进入流失客户  
转化运营

### 普通客户转化运营

- 普通女性宝妈客户
- 普通消费客户
- 普通高品质消费客户
- ... ..

- 成为高忠诚客户



转化策略  
关键时刻触点沟通

成为高忠诚客群  
转化成功! 客群  
进入高忠诚转化  
运营

依然是普通客群  
转化失败, 调整  
运营方案

成为流失客群  
转化失败, 进入  
流失客户转化运  
营

### 忠诚客运营

- 高品质消费的忠诚客户
- 高品质宝妈客户
- 高品质学生客户
- ... ..

- 继续保持忠诚客户

保持高忠诚客群  
转化成功! 保持  
运营状态

依然是普通客群  
转化失败, 进入  
普通客运营

成为流失客群  
转化失败, 进入  
流失客户转化运  
营

## STEP 2: 构建客户旅程并通过关键时刻触点的沟通实现客户转化

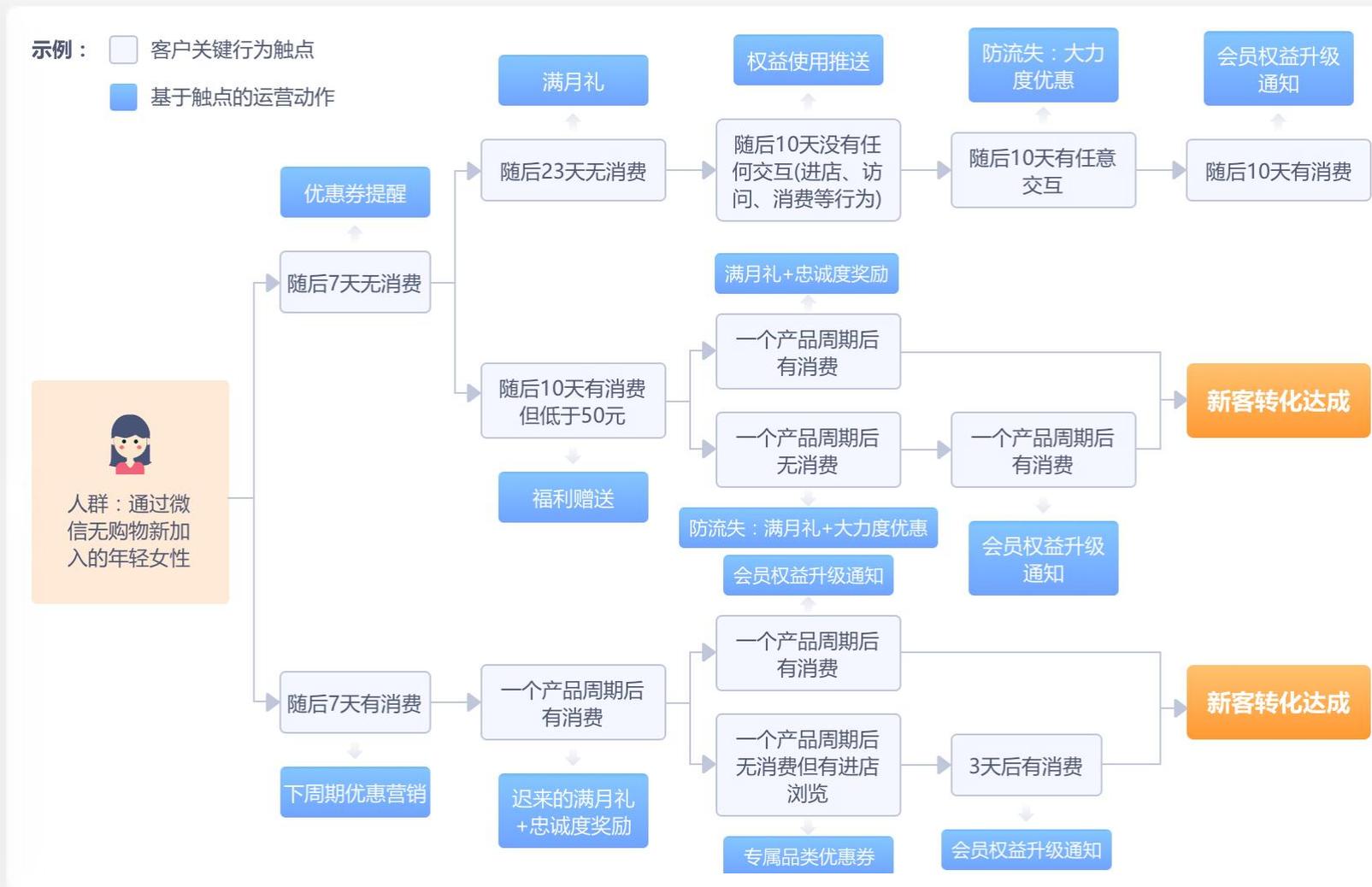
### 场景介绍:

### 利用客户旅程工具进行关键时刻运营

基于运营需要（如右图为微信新客运营），用客户的**关键行为触点**刻画客户旅程闭环，并在关键行为触点进行关键时刻沟通（运营动作），进而实现客户转化的目的

### DEMO说明

- 我们为某日化公司新入会的女性会员设定长达180天的智能营销路径，通过180天内客户不同行为表现，给与不同的反馈，最终转化为常客会员的目的
- 每一个节点的行为都是一个营销推送行为，每个节点都可以设定不同的营销规则和内容（文案/优惠券/专属权益推送等）
- 企业可以自定义进行节点增减的设定



## STEP 3: 利用客户旅程工具检测客户转化节点情况

支持客户旅程转化节点可视化，并根据转化情况给出优化建议，进一步优化旅程当中关键触点的沟通规则



## STEP 4: 建立运营成效评估体系

### 单品&渠道分析报告

#### 基础数据

- 销售额
- 渗透率
- 购买件数

#### 核心竞争力分析

- 知名度
- 商品品质
- 用户好感度
- 商品价格

#### 客群成交分析

- 通过主播推荐成交
- 主动搜索成交
- 价格低廉成交

#### 消费行为分析

- 习惯性的购买行为
- 复杂的购买行为
- 寻找多样性的行为
- 全确定型购买行为
- 半确定型购买行为
- 不确定型行为

#### 渠道来源分析

- 私人微信好友
- 企业微信好友
- 微信社群
- 原本店铺会员
- 订单用户

### 客户价值诊断报告维度

#### 综合数据

- 性别占比
- 年龄段占比
- 地理位置占比
- 会员/会龄占比
- 商品销售周期占比
- 商品定位销售/品级销售占比

#### 客群画像

- 职业特征
- 消费动机特征
- 认知度
- 客群态度分类
- 消费理念
- 决策特征
- 价格敏感度

#### 客群来源

- 客群来源构成
- 客群来源趋势
- 不同来源客户质量分析
- 不同来源客户特征分析

#### 消费数据

- 客单价
- 销售产品构成
- 交叉销售情况
- 购买渠道情况
- 分销渠道
- 网店搜索情况

#### 忠诚情况

- 一次性客户占比
- 流失客户占比
- 曾经忠诚，现在已流失客户占比
- 忠诚客户占比
- 客户所属生命周期
- 互动频率

#### 会员互动

- 社交互动情况
- 小程序交互路径情况
- 会员营销互动情况

# 精准营销产品化 营销场景自动化

自信息推广当下开始，全面记录沟通进程，滚动式的数据流动即时掌握最新动态。

多营销方式触达，覆盖用户  
与品牌的全部触点



## 精准营销场景示例（日常）

### 非消费场景的专属推荐

非消费场景下，通过智能营销，触达关键时刻触点，进行专属推荐。例如，根据用户的生日，消息模板自动推动生日月会员权益的免费产品兑换

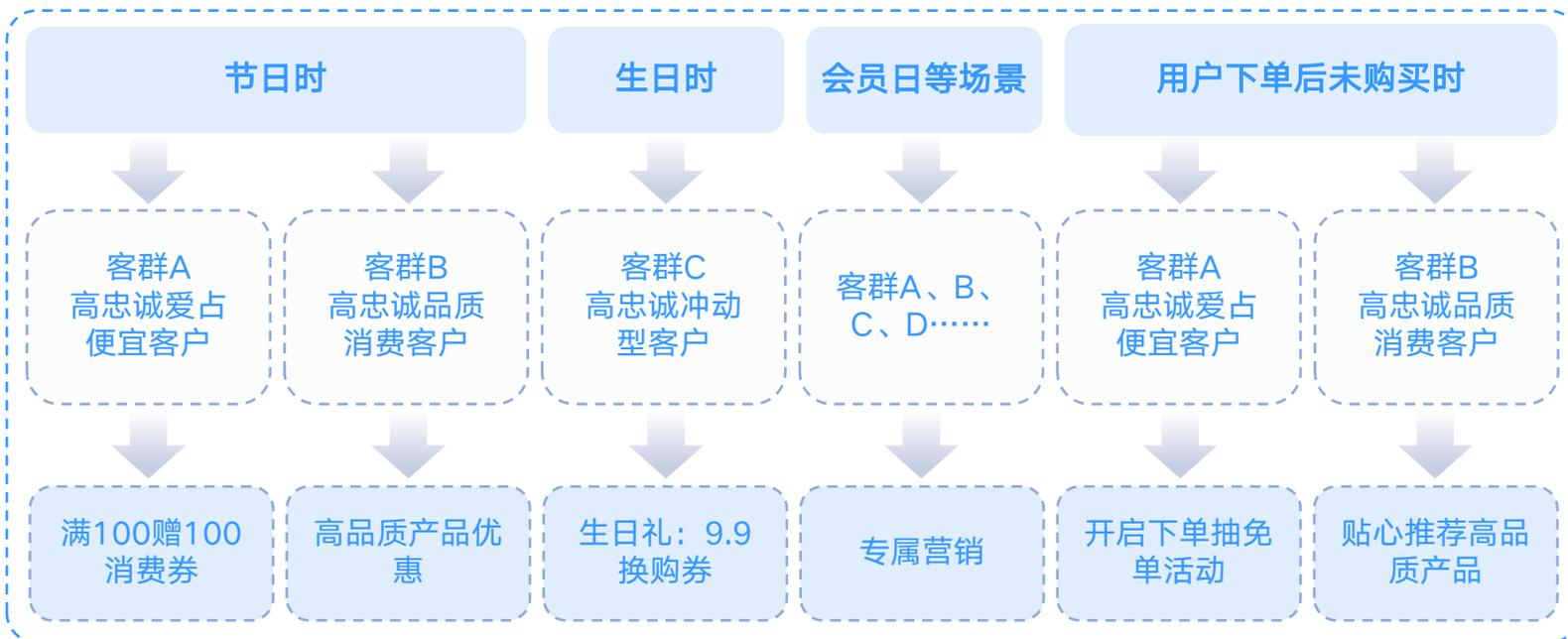
### 基于消费场景的交叉推荐

消费场景下，通过洞察用户需求，以达成用户购买其他相关性产品的目标。例如，用户下单了一个刀具，根据产品相关性，为用户推荐置物架

### 导购场景的精准导购

消费场景下，根据这个用户的消费特征，导购推荐最符合用户的产品。例如，该用户为价格敏感型用户，导购根据该用户的标签洞察，推荐性价比比较高的产品  
——会员招募专案

#### 非消费场景的专属推荐



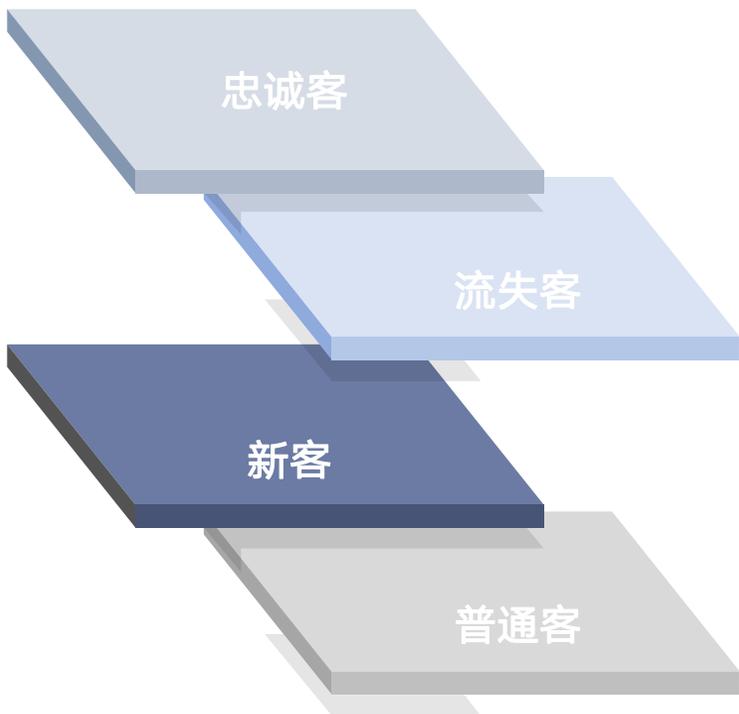
#### 基于消费场景的交叉推荐



#### 导购场景的精准导购



## 精准营销场景示例（双11大促）



### R Register

- 双11专属消费积分
- 专属优惠券、专享价格

- 消费优惠券发放
- 积分激活提示/专属秒杀

- 普通优惠券
- 会员权益、入会礼包

- 双11新人专享券
- 注册会员赢免单

### P Purchase

- 双11好货/新品来袭
- 观看直播领取福利

- 大额红包/折扣券发放
- 双11促销活动倒计时

- 双11促销价格信息
- 尝鲜价/尝鲜折上折

- 双11直播间尖货预告
- 双11促销折扣额度

### R Repurchase

- 高级会员VIP专属售后
- 购后返/优惠券已到账

- 双11返场礼包
- 大额优惠券待领取

- 返场限时秒杀
- 积分权益更新

- 会员升级/领取专属权益
- 优惠券即将过期/限时折扣

双11全球狂欢节

1. 预售阶段

2. 双11进行时

3. 双11返场

## 部分场景下的会员营销权益示例



站内



短信  
4月15日 周五 18:02

【家家养的牛】牛牛4月限量盲盒强势回归，百分百赢大奖，免费悦鲜活牛奶，速戳 [aglc.cn/FU50bu0](http://aglc.cn/FU50bu0) ,退订回复TD

短信  
星期五 19:57

【家家养的牛】249礼盒奖池告罄，优惠已不再！订单失效倒计时。赶紧登录盲盒“我的奖品”带回家！速戳 [aglc.cn/HCQyRVS](http://aglc.cn/HCQyRVS) 退订回T

短信



微信模板消息



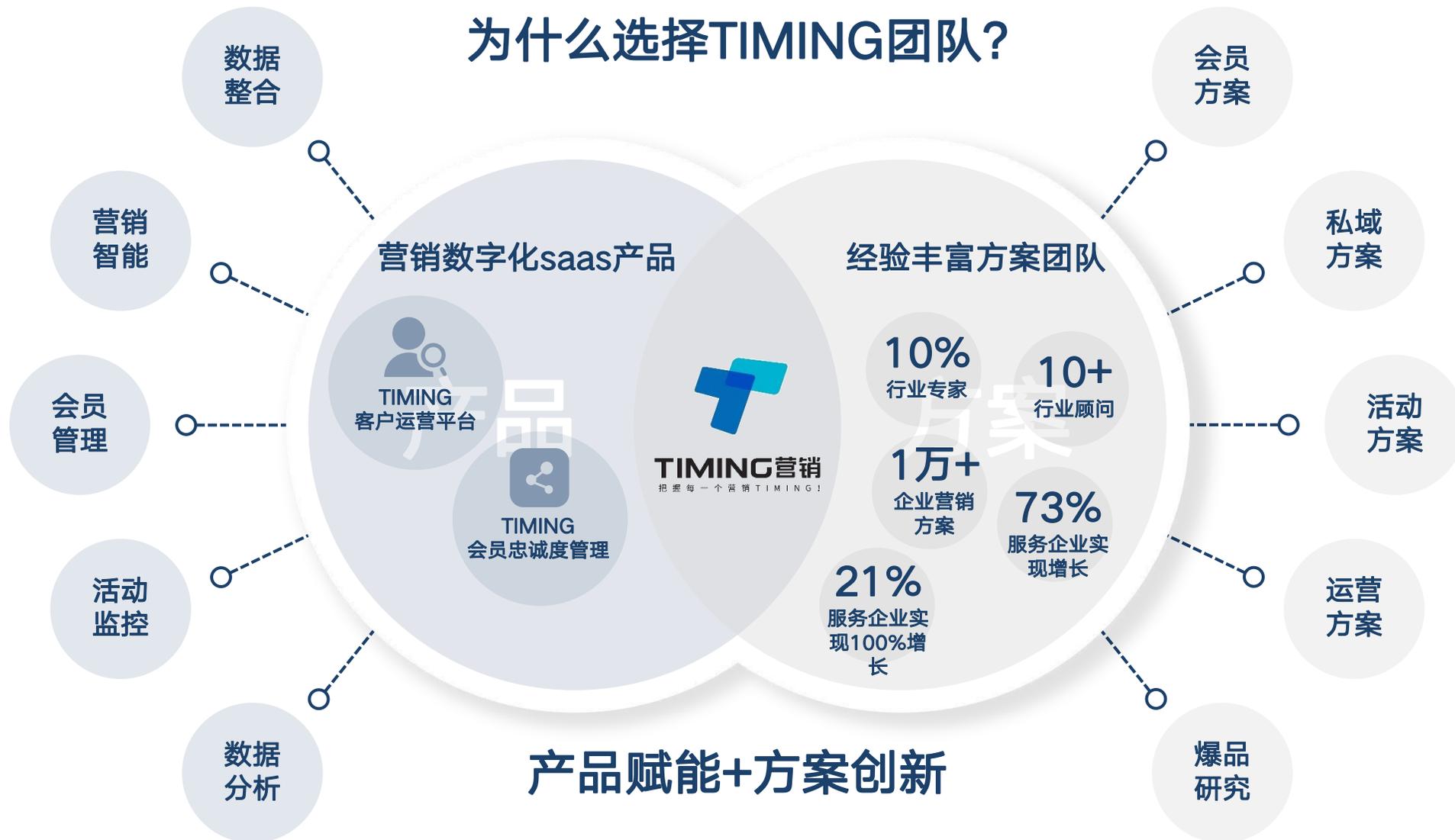
# 关于我们

## About TIMING

# 关于我们

TIMING是一家关于市场营销数字化解决方案的创新型营销科技公司，利用大数据AI技术通过对市场营销深入研究，帮助企业在市场营销工作当中提供丰富的应用场景。团队均为拥有十余年市场营销经验的高级专家。我们在营销数字化体系构建、市场营销流程节点管理与营销智能化等领域有着丰富的经验。希望我们的合作可以为企业带来突破性的增长。

## 为什么选择TIMING团队?



## 工作团队组织架构



### CRM行销顾问服务团队 Consultant

积累近10年+的实战经验，从会员制度、会员权益、沟通方式等模块的规划开始，到量身打造出专属会员方案，以及会员运营维系、收集会员意见等等，我们为顾客服配置专属的团队及时监控CRM方案细节，让品牌轻松建立自己的会员群体。



#### 顾客关系管理 营销服务团队 (PM)

负责处理客户运营方案中私域社群运营与管理，提供客户运营方案权益设计与交付，包括会员计划专户服务、会员沟通方案规划与制定、会员兑换礼品的规划及执行等。



#### 营销科技 规划团队 (MT)

有着深厚的数据/IT背景的营销科技团队，协助将营销技术方面的需求转化为可行的执行方案，使得产出的方案更加贴合客户的业务要求，同时也可以让客户能够清晰地了解到私域运营规划方案在技术阶段的成型过程。



#### 顾客智识与消费者 行为研究团队 (BI)

TIMING为多家企业提供报告分析，TIMING已处理分析多家企业各类交易资料。专业的分析能力搭配精准的分析工具，我们提供多元化的深度分析服务，协助品牌深入了解每个会员的面貌，以便实施精准营销。

方案  
支持



### 解决方案团队 (IT)

10余年的数据应用、处理经验，协助方案团队完成项目的数据对接工作、功能开发、功能测试，包括但不限于网页开发、小程序开发、交互游戏开发。注重用户体验和性能的优化，保证兼容性和执行效率的同时与设计团队配合高质量的完成开发工作。

技术  
支持



### 视觉设计团队

经验丰富的设计团队，深耕于快消品行业，先后服务本土企业百余家，作品多次荣获国内外设计奖项，在项目中提供产品页面风格设计、UI和视觉元素设计使产品具有更好的用户体验，积极与开发沟通，推进界面及交互设计的最终实现。

# 中国MarTech厂商Top50榜单

## 内容与体验



## 广告与推广



## 社交与管理



MarTech  
50

## 销售与商务



## 数据



## TIMING营销合作客户



京东



浪琴



葆蝶家



雅诗兰黛



倩碧



腾讯



迪卡侬



汇源果汁



外星人



优酸乳



伊利专业乳品



植选



味可滋



QQ星



家家养的牛



九月生活



雅客



香港建设



云南本草



楼外楼



珠光集团

# THANKS