

原始人公司在户外赛道加 数 发展 用数据逻辑拓宽电商蓝海

从单一产销烧烤炉,到转型升级为户外产品全线发展,再到各大电商平台户外露营界的扛把子,近年来,浙江原始人品牌管理有限公司(以下简称原始人公司)在发展过程中,借助电商平台直接、快速、精准的优势,迅速抢占数字经济蓝海。

那么,该公司是如何吃上数字红利,在线上迅速破圈的呢?5月23日,记者走进原始人公司,一探究竟。



主播推介户外露营产品

S 数字五金新变化

在数据背后寻求 电商的新发力点



郦鹏程
(原始人公司总经理)

深挖用户体验反馈 用数据牵引选品

在原始人公司的客服办公室里,员工们忙着回复顾客疑问,解决售后问题,眼前的键盘噼里啪啦地响个不停。新上架的露营灯和露营风扇售后反馈如何?之前用户反馈的卡式炉外壁有小凹陷,问题出在生产端还是物流端?原始人公司售后主管于君君问。

我们十分关注那些差评,尤其是在产品上线初期。原始人公司总经理郦鹏程说,在传统销售模式下,开展产品调研需要通过经销商、经营户再到消费者,不仅要耗

费高昂的人力和时间成本,而且难以保证调研数据的真实性。如今,线上销售平台为企业提供了连接消费者的直接通路,能让企业第一时间掌握消费者的真实想法,为产品的研发和优化提供了思路。

就拿原始人公司销售的一款铝合金蛋卷桌为例,一开始,这款蛋卷桌采用履带式连接每一条铝材。后来,有顾客反映收纳时不够方便、收纳后的体积不够小。经过改良,这款蛋卷桌换成了穿绳式连接,产品重量和收纳体积均得到改善。此

外,极窄的边框设计也提升了产品颜值。正是如此,独一份的新颖设计,让这款产品的附加值直接提升了近20%。

在户外电商赛道奔跑仅短短一年多,原始人公司在售产品类目已达到1000多种,路子越走越宽。一款产品的售后率一旦超过5%,我们就会对其进行下架处理。郦鹏程介绍,通过深挖用户体验反馈,该公司先后淘汰了300多款产品,改良升级500多款产品,优化了约70%的供应商。

电商行业具有门槛低、爆发力高等特点,产品可以无边际地直达消费者,对于我们这些草根创业者来说到处都是商机。现实中,绝大多数人对于电商的概念是:什么好卖卖什么,什么火爆推什么。但是,每一款电商产品火爆的背后都有其内在逻辑。

众所周知,线上销售网络最不缺的就是数据,并且都是能让企业直达用户的最准确、最真实的数据。数据本身没有价值,但其背后的逻辑有价值,分析数据得出用户潜在需求更是价值连城。根据提炼、剖析出的市场需求,我们对产品再优化、再设计、再创新,让产品具有差异化、产生辨识度、拥有竞争力,从而在爆红后实现长红,在红海中找到新的蓝海。

精准勾勒用户画像 用数据驱动营销

最近,我们和综艺节目《向往的生活》开展推广合作,就是因为我们通过分析用户数据得知,对户外用品有需求的群体与热衷此类综艺节目的观众群体高度重合。郦鹏程说,通过推广提高品牌曝光率,必然可以为品牌带来流量,但想要提升营销转化率,还有很多工作要做。

对数据的洞察和对用户画像的刻画尤其重要。郦鹏程说,在原始人公司的天

猫旗舰店等私域销售空间里,工作人员会统计顾客的性别、年龄、复购次数、购买品类等基本数据,实现内部经营的数字化。在各平台的公域空间里,该公司会利用平台大数据,通过分析受众的消费习惯、行为特征、消费能力、兴趣爱好等多维度信息,360°勾勒出目标用户画像,从而精准提炼顺应市场的产品卖点,实现营销策略的优化。

对于原始人公司来说,每一款产品都能成为爆款,这种现象绝不是偶然。线上销售最大的优势就在于我们可以对市场进行精细化测试,从而确定“货够硬”以后,“货找人”的方向对不对。郦鹏程认为,关注评价数据可以倒逼公司提升产品竞争力,剖析用户数据能实现事半功倍的营销效果。只有在品质和营销两端共同发力,才能让品牌在激烈的竞争中脱颖而出。

融媒记者 胡莹璐

公益广告

消防安全 人人有责

