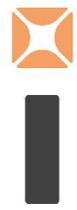


# i天地 商业智慧系统

 i天地

- ◆ 所属类型：工具
- ◆ 开发时间：2020.06.08-09.10
- ◆ 参选类别：年度最佳移动广告投放工具

# 「Aha! 一刻」 商业新社群场景

 天地  
by XINTIANDI

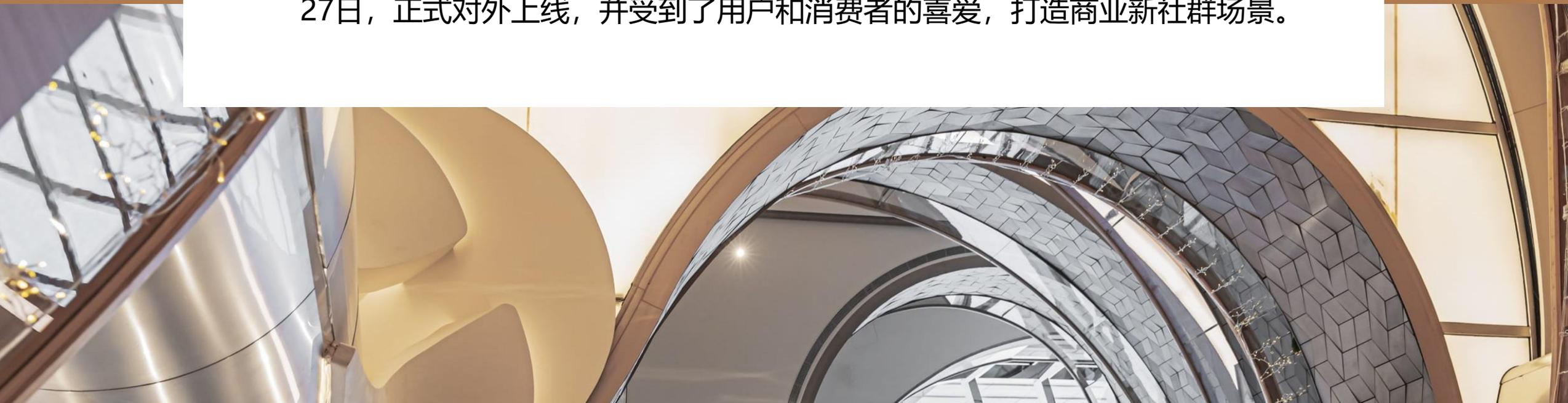
商业智慧系统

XINTIANDI  
新天地



## 「Aha! 一刻」 诞生背景

当线上和线下的边界变的越来越模糊，中国新天地结合消费者习惯，在会员层级之外，于2020年6月提出了更精细的**社群成长计划「Aha! 一刻」**，依据不同类型的消费用户及消费目的，挖掘**新增长客群消费者**，透过他们的消费特征、消费动机，精心运作和呈现多元丰富的消费场景体验。最终在8月27日，正式对外上线，并受到了用户和消费者的喜爱，打造商业新社群场景。



# 产品背景

- 满足中国新天地回归社交本真需求，实现用户社群化运营，通过社交&权益刺激用户活跃
- **目的：**打造iTianti的社群产品能力，构建新天地社群活跃场景



- ✓ 找到并创建核心服务社群
- ✓ 找对商户，双方共赢
- ✓ 满足公司回归社交、运营社群的需求
- ✓ 满足项目日益增长精细化运营诉求



价值匹配模型，解决用户什么问题？

## 服务精准社群需求，促进体验闭环！

### 顾客诉求

- **需求：**不同客群不同需求，用户期望在消费、社交、享受服务、获取利益等各方面需求得到满足
- **痛点：**如何高效获取权益、享受服务、获取最佳游逛、消费体验和实惠？
- **爽点：**在新天地中的惊喜一刻，需求得到满足，并激发自我表达分享欲望



### 产品赋能

- **社群引擎：**精准社群客群 -> 满足需求、提供服务 -> 社群社交互动 -> 数据沉淀、客户忠诚
- **社群运营：**激励机制—话题活动/积分/品牌优惠/抽奖
- **痛点解法：**基于社群进行精准活动、优惠投放、社群活跃运营
- **社交互动：**「Aha!一刻」去中心化的社群，实现用户作为创作者兼阅读者的双重身份

创作者：自我表达/参与反馈  
 阅读者：信息参考

# 产品能力

解决商户什么问题？

## 新的触达会员玩法

### 商户赋能

- 更精准的用户群体，更高效的转化
- 店员在社群中发声，进行品牌宣传活动推广，也可与会员互动



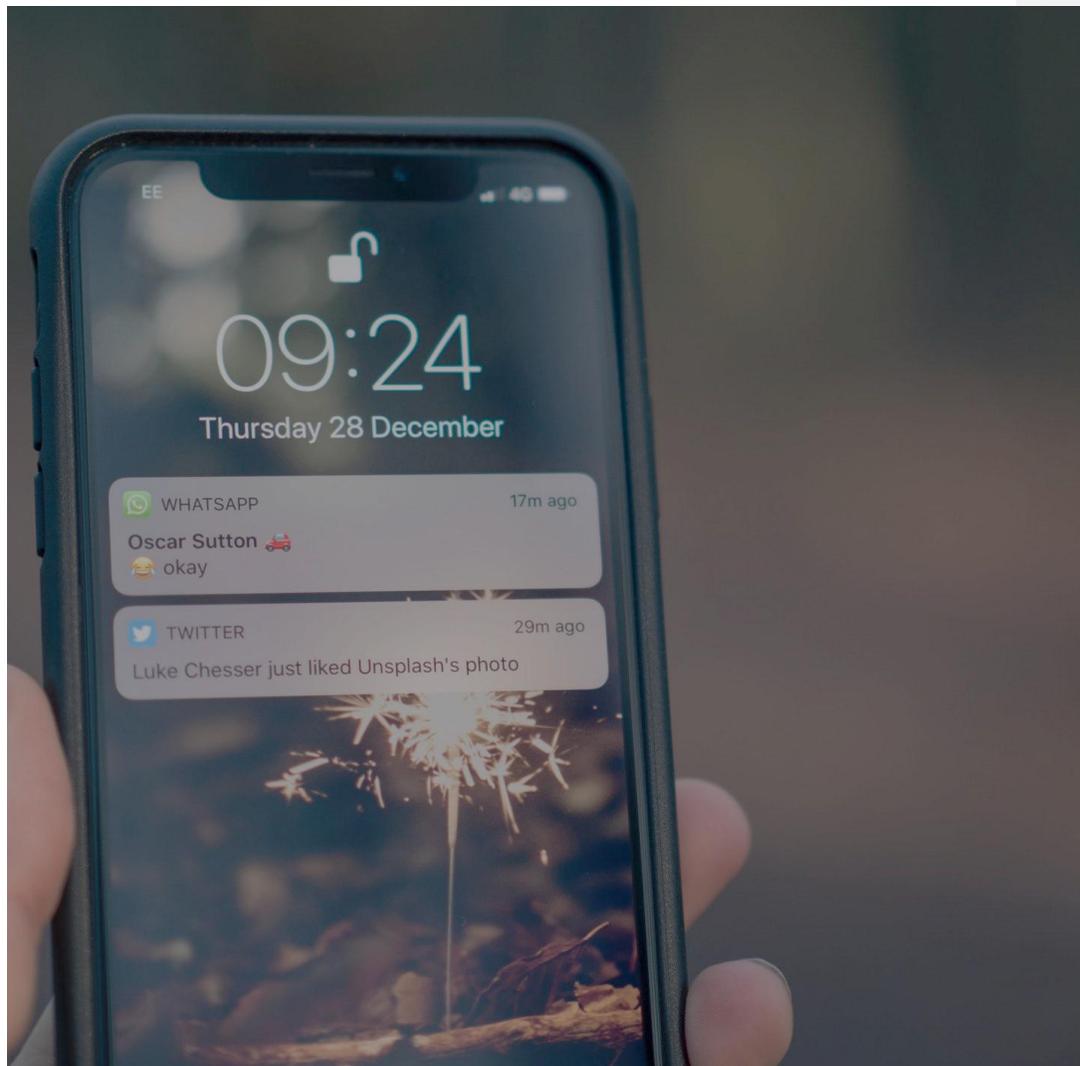
解决商场什么问题？

## 更精细化的会员运营

### 项目赋能

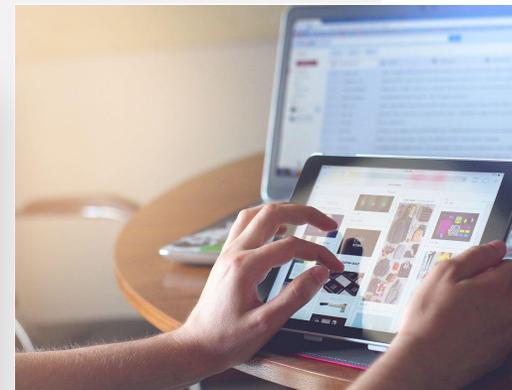
- 在线上沉淀社群会员，同时通过权益&内容形成iTianDi活跃正向循环
- 社群用户向iTianDi会员标签沉淀
- 回归社交，打造新天地线上社群聚集地，群体间可互相引流&串联

# Aha!的形态



## 用户活跃的工具

- 场景活跃的补充
- 消费转化的引导
- MKT活动新工具
- 分享精彩的平台
- 可量化用户数据



## 推广媒介矩阵

- 微信公众号的延伸
- 微信群互动的延展
- 会员拉新的渠道
- 品牌方的新阵地
- PGC的灵活发布平台



# 最终想要实现怎样的目标？

透过i天地数据BI系统可以实现**会员身份、等级、权益和积分以及消费行为的分析**，进行顾客标签管理，获得**Aha!的社群圈子**的推荐

在运营中通过数据分析，进行内容智能推荐，使用自动化营销系统，在Aha!和CRM精细化维护会员关系，打造新社交体系。



# 产品概览

## 1、广场 - 第一屏：

查看所有社群、优质内容展现、社群活动推荐等



我的圈子 加入圈子领取专属优惠券 查看全部 >



特别推荐 新天地榜单 Aha!一刻



新天地沈爷的菜单 12080+ ❤️

邀你开启一场舌尖上的寻味之旅 详情 >

## 2、广场 - 第二屏：

查看用户分享的优质内容，如购物体验、活动体验等



这是一句关于话题的精彩的话...



这是一句关于话题的精彩的话...



## 3、具体社群主页：

社群介绍、社群权益、社群活动、社群内容互动等



特别推荐 加入成功,快Aha!一下吧 查看全部优惠券 >



Aha!一刻



## 4、话题详情页：

话题活动，激励分享，用户可分享、可查看用户发布内容



Aha!一刻

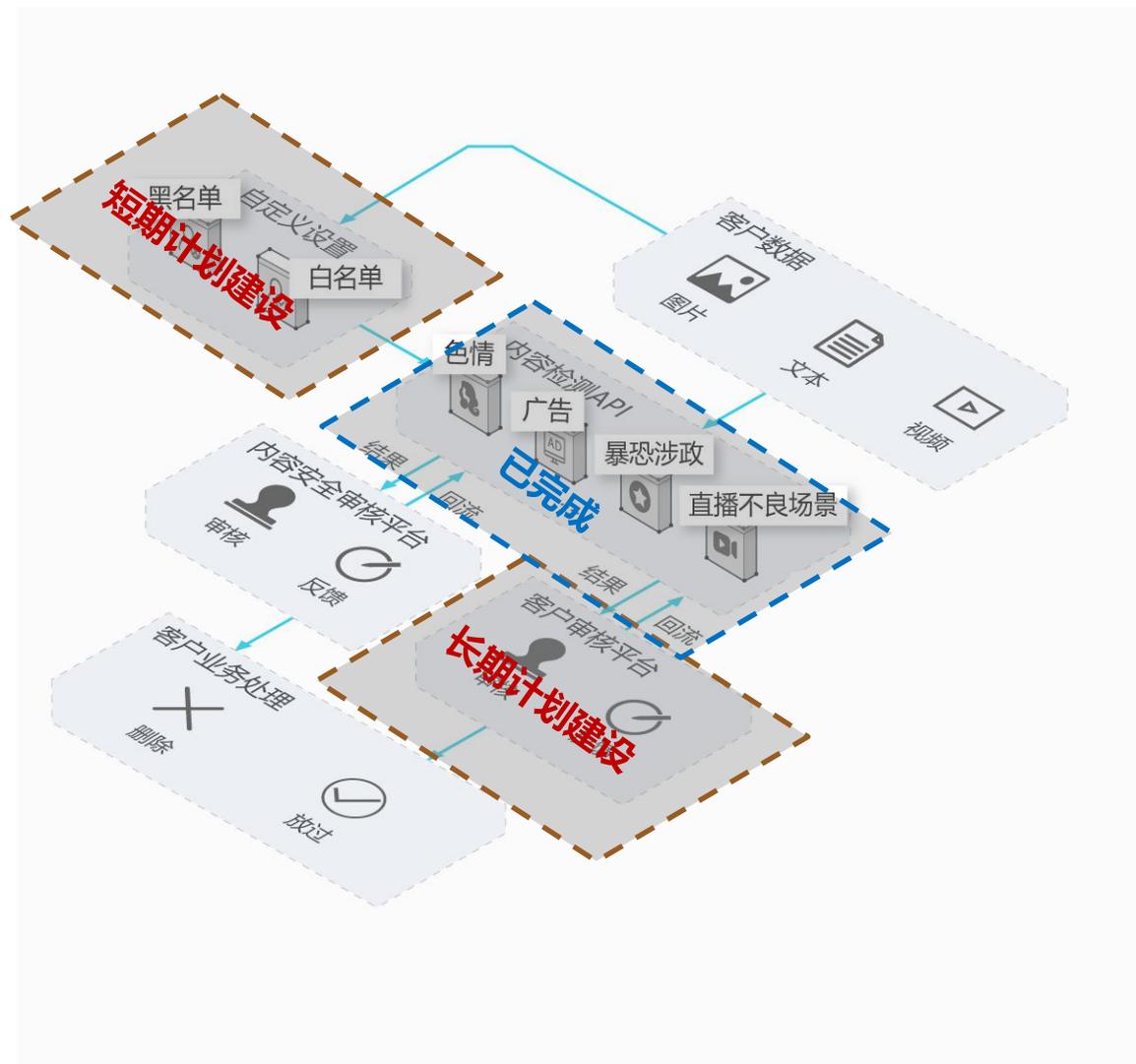


这是一句关于话题的精彩的话...



# 内容风险防控

- 1 Aha图文及评论均已接入阿里云内容检测平台
- 2 已建立内容安全审核能力及自定义规则库
- 3 短期计划建立用户黑白名单更高效的控制内容风险



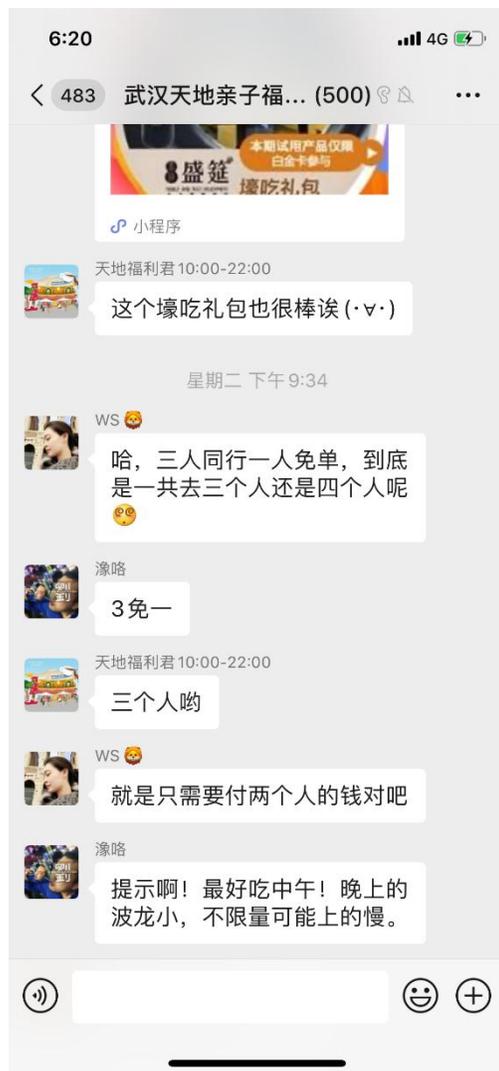
# 上海新天地背景分析

- 上海新天地作为瑞安集团首个“城市中心总体规划社区”商业项目，亦是最具示范性效应的城市核心国际综合型社区，成为**上海的重要地标**。
- 作为核心商务区和地标旅游景点，上海新天地超过42万会员，并一直保持较高的消费能力，客群包括：白领、游客、业主，同时也可进一步细分成：**网红博主、饕餮客、美妆达人等精细圈层**。
- 新天地积极举办的艺术展览和品质活动，上海时装周、光影上海、Design Social、艺术设计周等，艺术和品牌，亦让**新天地不断保持着话题的热度**。
- 基于以上的背景分析，Aha!将集中资源为上海新天地打造线上的新社交体验。

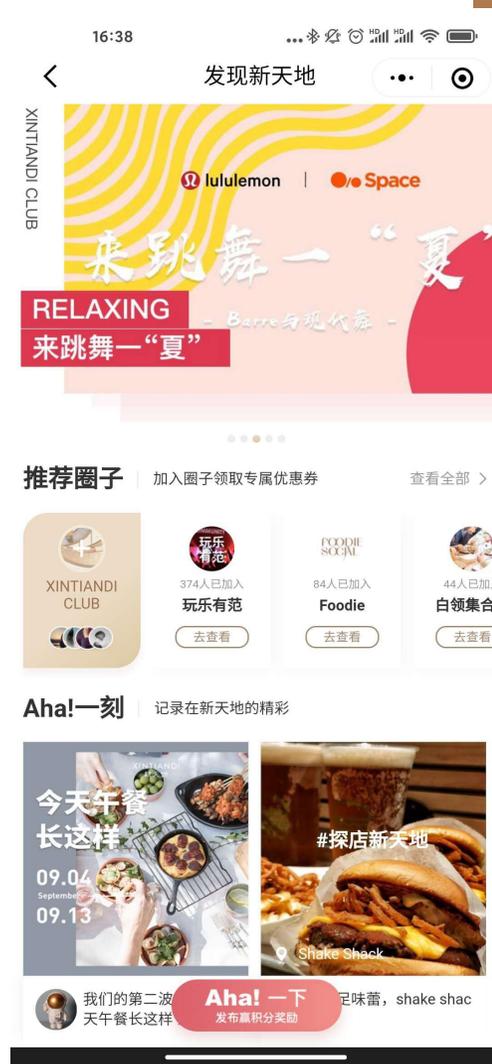


# 私域流量沉淀新场景

- 原有的微信群做为即时联系私域流量



- Aha!的上线弥补了新场景的素材沉淀



# 运营策略

常态化工具



## Aha! Moment

经过数据的显示研究，  
iTiandi超过8成会员使用过积分、停车功能，  
但再次打开小程序的会员就仅剩3成，  
很大程度是缺少了再次打开的动力，  
引流老场景，再造新场景  
是Aha!产品的使命



### 场景引流

在积分、核销行为后  
将邀请用户进行分享

Aha!的精彩瞬间  
通过奖励分享行为  
来共创新社群形式



### 榜单推荐

用户消费理念  
和偏好不断升级  
将精选Aha!的素材  
整理PGC和榜单  
帮助消费决策

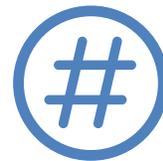
# 运营策略

常态化工具



## 私域升级

如今私域的社群存在形式  
仍多以微信群的形式存在  
人群基数多、私域精准  
但弊端也较为突出  
私域群感知较弱  
活动形式较少，传播受限



### 链接私域

Aha是iTianti社交模块  
可随时分享到微信群  
**引导注册、**  
**圈子专属优惠、**  
**体验活动、签到打卡**

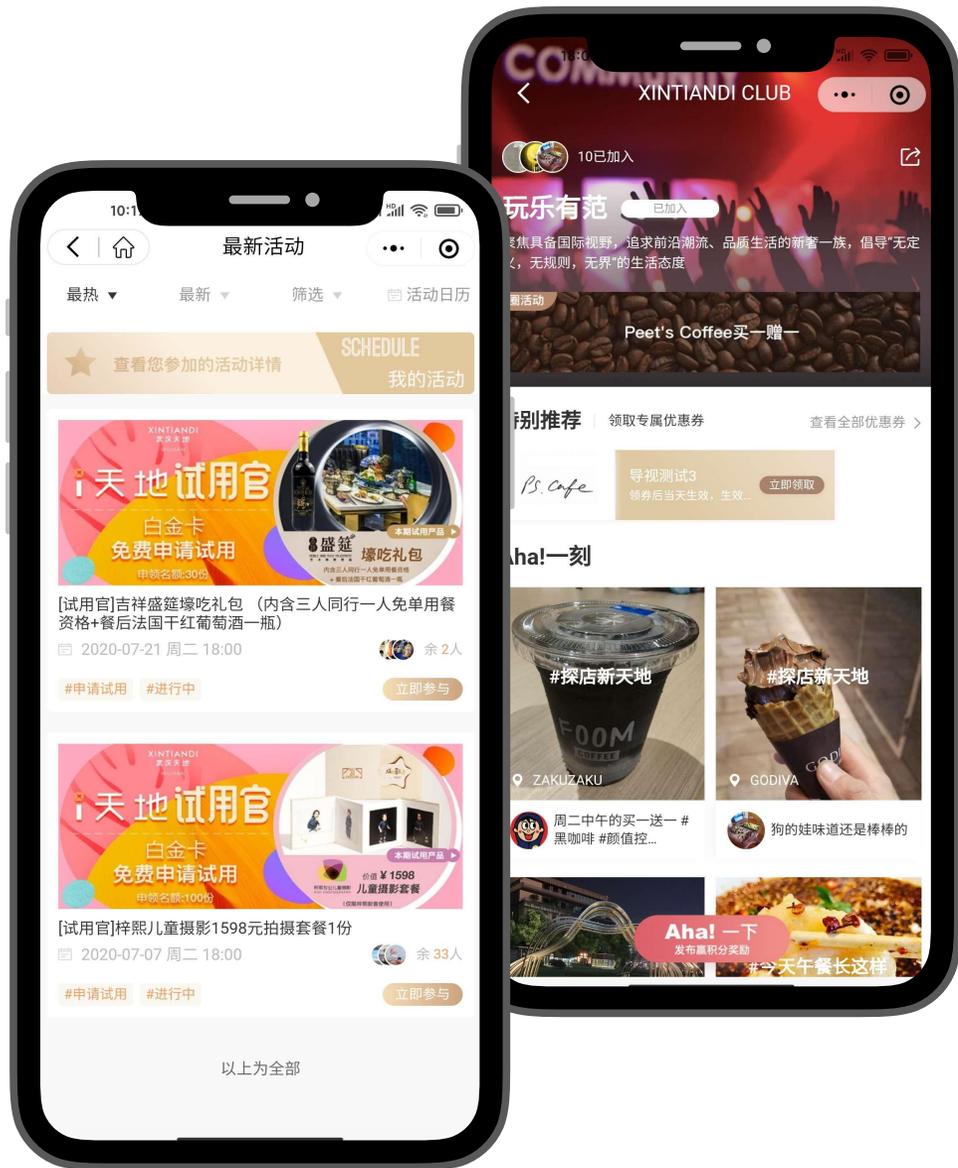


### 新社交（圈子）

**建立私域门槛**  
**利用数据分析和采集**  
**精准区分的客群**  
以此来联合品牌、Foodie,  
进行用户圈层运维

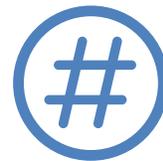
# 运营策略

常态化工具



## 体验官&晒单

新社交下的社群  
 明显的特点在于原创内容的生产  
 在Aha!中，我们期望让用户成为主角  
 帮助品牌方和商场传递品牌价值，  
 链接消费者和品牌，  
 进而维护口碑和提升业绩



### 体验官计划

为优质商品和品牌  
 通过“众测”的模式  
 引导用户成为  
 品牌口碑的KOC



### 晒单有礼

承接不同场景的分享动作  
 配合评选和投票的方式  
 进行购物经验分享和晒单  
 以推广与营销场景



线下：话题系列海报

# 运营策略

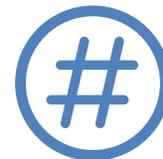
品牌热点活动



线上：话题互动、海报分享

## 社交话题互动

配合品牌活动和艺术盛典  
这次将用户作为主角  
**打造专属的KOC大幅海报**  
培育活动和品牌的发言官  
增强社交属性和用户粘性



### 话题海报

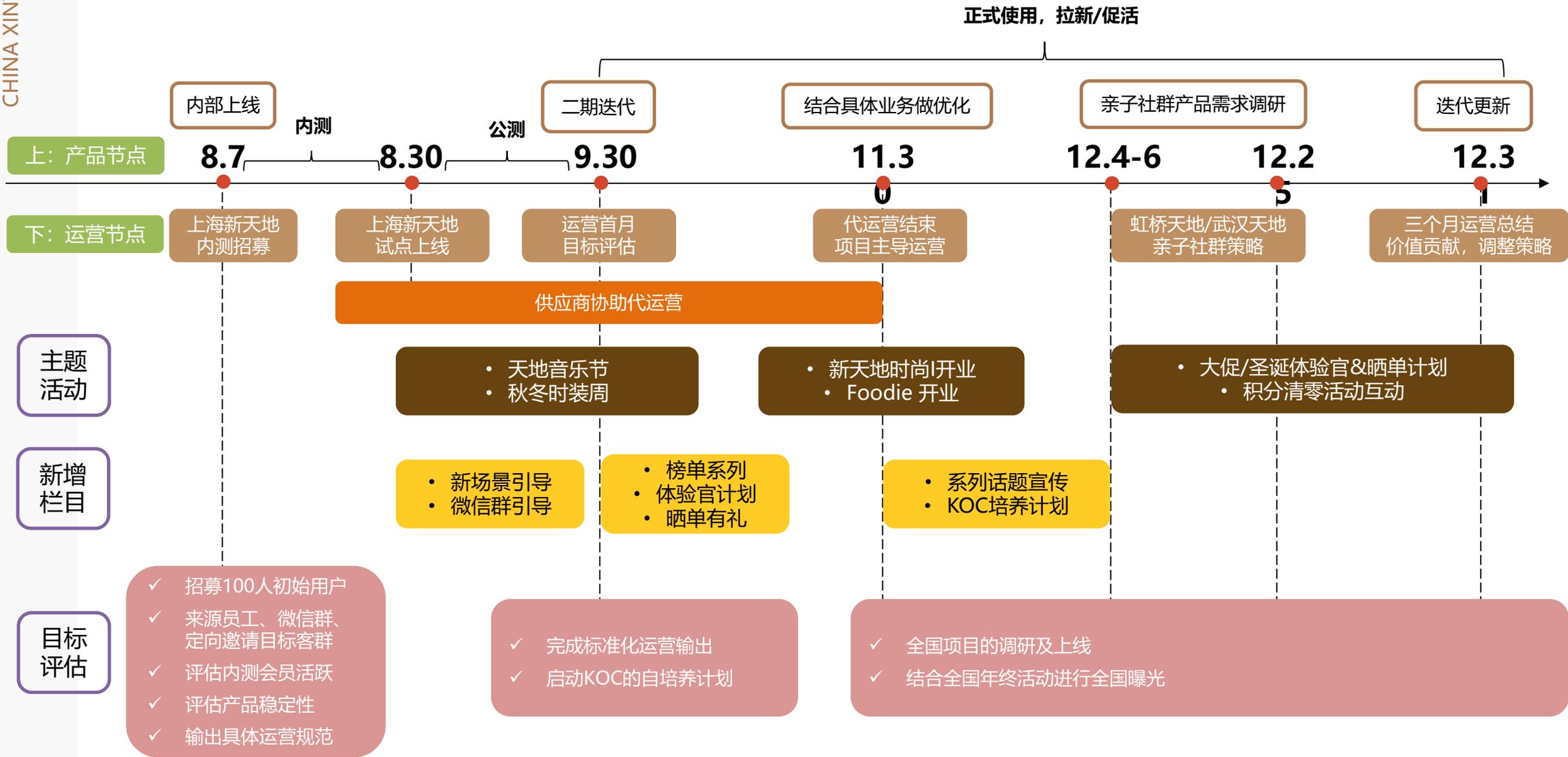
结合线下Campaign  
让UGC参与话题互动  
精选优质内容  
制作大幅话题海报  
让用户的足迹上墙



### 海报分享

线上发布系列主题  
用户可直接生成纪念海报  
与PR推广矩阵进行配合  
开辟线上社交阵地  
增强社交属性

# 产品落地规划





# 项目目标

- **2020年8月27日~9月10日**
  - ✓ Aha!社群新加入人数>4,000+人;
  - ✓ Aha!内容发布量>400+条;
  - ✓ 优惠券领取量>400+张;
  - ✓ 连带销售超过19万元

# 跨业务产品推广

- **Social & Foodie**

- ✓ 联动餐饮商户和精品活动，开设对应的圈子，提供给Aha的产品能力，通过日常场景的会员引导，不断为商户塑造品牌形象和活动输出。

- **办公白领**

- ✓ 联合瑞安办公的资源，为写字楼的白领提供专属食力计划，打通商场、办公以及品牌商户之间的联系。

