

近年来，电商的火爆、疫情的反复，冲击着线下门店的生意。客户进店率不高，运营成本居高不下，千篇一律的促销和传统引流模式无法满足消费者日益变化的新诉求……面对一系列挑战，零售行业纷纷开启数字化转型，不断探索如何加速线上线下流量融合，实现一体化管理。

用户任意进一家线下品牌门店，不仅能够获得良好的购物体验，更能够在线上享受专属导购1v1贴心服务，随时随地在云店商城一键购买自己心仪的商品。

为帮助品牌商家联通

线上线下销售渠道，盘活生意增长，爱点击

·畅鲟通过搭建云店商城，利用全渠道触点，精准触达用户，结合云店助手和数据罗盘全方

位驱动门店、导购、商

品、库存、订单等智能化管理，

从而助力品牌打造数字化智慧零售生态，挖掘品牌增长新动力。

多门店数字化高效协同管理，提升用户消费体验

无论品牌通过直营门店或者经销商门店等形式来扩大市场份额，线下门店是品牌保持业绩强劲增长、不可或缺的经营阵地。正所谓“开店容易守店难”，门店的运营标准、库存货品的管理等问题都是“守好门店”需要考虑的因素。

特别是多门店的高效协同管理，不仅涉及IT技术，更需要利用店铺、商品、用户运营等策略，让消费者在多家门店拥有一致的消费体验。

其中，在店铺管理方面，畅鲟云店商城可以根据不同渠道的门店来设置首页模板页面，塑造丰富的门店风格，吸引用户关注，引发消费兴趣，实现精准营销。

。

在商品管理

方面，根据门店类型来呈现不同的商品分类，并设置库存预警通知，各门店可随时查看库存情况

；再基于标签管理，搭配云店助手功能，通过侧边栏等方式高效精准地为用户推荐商品，从而全方位帮助品牌高效管理多门店，打通线下门店增长的任督二脉。

除此之外，畅鲟云店商城还能基于用户LBS位置，实时追踪用户所在区域的线上线下门店，提供门店自提、快递到家等订单服务，缩短用户选择决策时间，提升用户消费体验。

精细化管理导购，塑造个性化服务

传统门店导购的销售场景主要是线下面对面销售，用户离店后与导购之间几乎没有联系。可品牌在数字化转型过程中，导购不仅仅是商品销售员，更是承载着社群营销、直播带货、KOC等多种职能，这对导购沟通能力、营销能力提出更高的要求。

作为链接
门店、商品和用户
之间的纽带，导购的管理显得十分重要。

品牌可以通过畅鲟云店商城+智慧导购，根据门店类型设定导购的不同职责，赋能导购跨城市、跨门店、跨品类地服务各类型用户，以实现线上线下多元化销售

；并绑定导购业绩指标，实时获取、整合导购业绩数据，激发导购积极性和主动性，正向激励导购提供专业、个性化服务。

此外，当用户通过导购分享的小程序链接进入品牌云店商城，用户就会自动和导购绑定，一旦用户下单购买，后端数据分析系统通过实时追溯导购分享的带参小程序，管理、整合导购业绩，以此来最大程度激活导购，挖掘导购潜力，提升导购业绩。

同时，导购还可以在服务过程中，通过数据罗盘实时了解客户喜好、购买意向等因素，利用优惠券、节日关怀等营销手段，为用户提供1V1专属服务，促进商品销售，提升个性化服务体验。

多元化营销活动，快速提升业绩

随着科技不断向前发展，新鲜事物逐渐涌现大众视野，激发了用户的新需求，为匹配多样化的用户需求，品牌往往需要采取多样化的营销活动来吸引增量用户关注，让用户变成品牌忠实用户。

因此，面对用户的多样化需求，品牌需要以较少的成本撬动更大的收益，通过畅鲟云店商城的多场景基础营销+裂变营销活动工具，可以有效获得公域用户的关注，提升品牌辨识度；并将用户资产沉淀到品牌私域流量池，刺激用户消费需求，实现留存转化。

品牌还可以在畅鲟云店商城首页设置小程序直播浮窗，再通过设置满折/满减/满赠、预售等基础营销活动，提高商城销售转化。同时，叠加多人拼团、好友助力、砍价等营销活动，加速裂变，获取更多增量用户，以快速拓宽品牌受众人群，挖掘更多高净值用户。

总结

云店商城的搭建，是品牌在数实融合过程中的核心链接点，将门店、导购、商品等要素串联起来，加速了零售品牌新销售模式的创新，以此迈向数字化转型更高阶的增长跑道。爱点击·畅鲟将持续整合服务200多家知名品牌数字化落地实操经验，赋能更多时尚轻奢、快消、美妆等行业，共建数字化商业新生态，打造品牌可持续增长！