



埃森哲联合天猫打造「企业经营方法论」，双轮驱动商家全域增长



4年前，天猫以消费者为中心，推出了 Fast 和 Grow 方法论，推动商家重视消费者资产管理和品牌长期价值提升，通过对消费需求的精准洞察，进行差异化运营。方法论推出后，以美妆为代表的快消品牌商迎来了高速发展。随后，Fast 和 Grow 方法论在电商行业中成为经营标准，引领品牌商走向电商时代。

今天，埃森哲联合天猫推出了全新的「企业经营方法论」，作为该白皮书的唯一咨询合作伙伴，埃森哲助力天猫在升级 Fast 和 Grow 方法论基础上，同时引入货品全生命周期精细化运营 SUPER 模型，使之兼具消费者运营与商品供应链运营两大维度，助力商家实现更精准的人货匹配，更好的消费者触达，以及更丰富的差异化供给。

近日，双方联合发布了这一「企业经营方法论」，引入货品驱动新增长视角，助力企业“双轮驱动”：从电商全域营销走向企业全域直接服务消费者（D2C），从人群运营走向全域的消费者与货品生命周期管理。



【图 1，天猫「企业经营方法论」】

这是在 Fast 和 Grow 方法论后，一次重大的升级。

消费者策略中心和生态运营中心总经理安糖表示，“企业经营的核心是长期，并持续获得确定性增长。天猫「企业经营方法论」，将帮助企业在精准洞悉市场需求，发现下一代产品机会，提升消费者体验等方面，找到新突破。”

消费者运营方法论全面升级

销售额 =



×



消费者全生命周期管理：FAST + GROW			
数量指标		质量指标	
品牌知名度AIPL总量 F ertility	运营效率AIPL流转率 A dvancing	渗透提升 G ain	复购增加 R etain
品牌忠诚度 会员总量 S uperiority	消费者质量 会员活跃度 T hriving	bO ost 价格升级	W iden 新品效能
FAST⁺ 指标升级			

圈层
替客
新客
忠诚

- 升级一 → 全域个性化消费者旅程
- 升级二 → FAST + 以私域为核心的全域消费者运营
- 升级三 → 策略人群2.0 (品牌心智人群)

【图 2, Fast 和 Grow 方法论进行 3 项升级】

「企业经营方法论」从全域联通、私域运营、策略人群 3 个方面，对消费者运营方法论进行升级。

1, 全域联通升级：拓展了全域的消费者运营场景、链接了阿里生态内外、打通了线上和线下、加强了公域和私域的联动，实现从“千人千面”到“千人千程”的个性化消费者旅程洞察的升级。

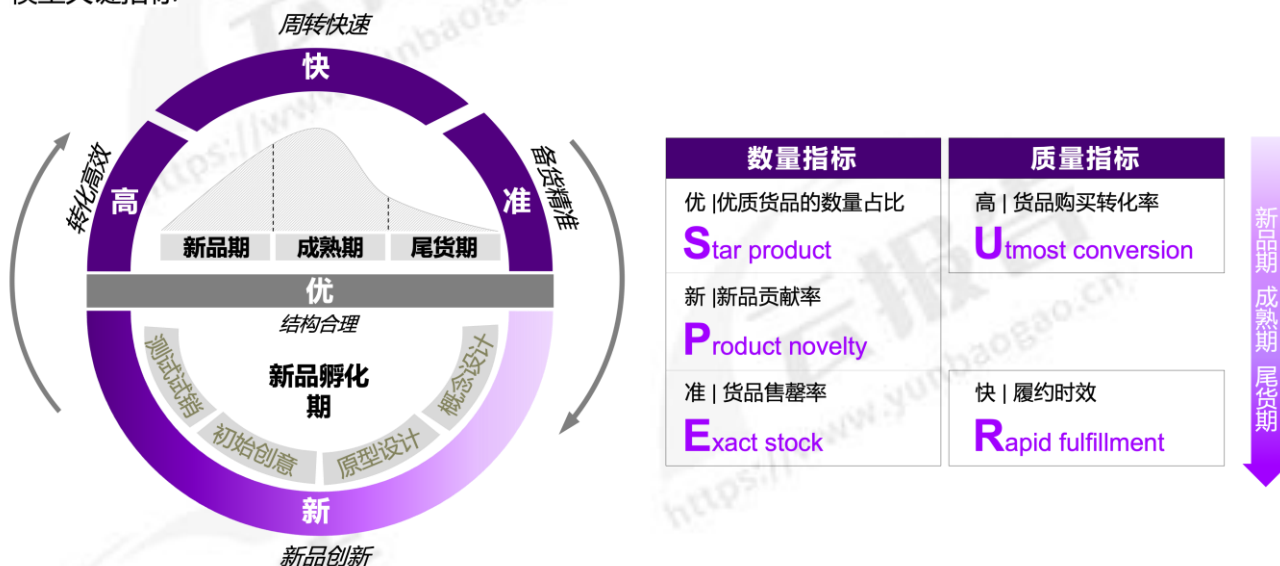
2, 私域运营升级：为帮助企业应对流量瓶颈和单位获客成本增加等问

题，对企业私域运营的能力和场景进行了升级，帮助企业最大化消费者生命周期价值。

3, 策略人群升级：为应对日趋多元化和个性化的消费者需求，将原有的天猫策略人群全新升级为心智人群，加入了生活方式和消费行为等指标属性，以更全面维度帮助企业更好的洞察和锁定目标人群。

新的货品 SUPER 模型，建设了「货品评估五大关键表现」指标体系，将帮助企业分别在新品期、成熟期、尾货期等不同的货品生命周期下，全面提升货品运营效率。

模型关键指标



【图 3, 首次提出货品 SUPER 模型】

此次「企业经营方法论」白皮书还围绕企业消费者和货品生命周期价值管理，设计了 16 个大场景，以及数十个子场景，并为企业提供匹配的天猫数字化工具、服务，及生态数字化能力。

针对全域消费者运营，白皮书围绕圈层、潜客、新客、忠诚 4 个消费者生命周期的重要阶段，设计了以下经营场景地图，并详细阐述了对应的定制化数字服务、产品工具以及服务商能力。



【图 4，消费者全生命周期运营场景地图】

消费者生命周期	应用场景	定制化数字服务 ★	阿里产品工具	服务商能力	
圈层	品牌人群定位	① 品牌定制策略人群2.0	品牌定制策略人群分析	品牌自定义策略&心智人群标签 (品牌数据银行+策略中心)	机会市场研究 消费者调研 人群细分洞察 KOL投放及内容种草能力
	品牌人群心智建设	② 品牌人群匹配&校准	品牌与明星粉丝、IP粉丝等优质圈层 匹配	IP/明星分析及选择 (策略中心-内容策)	
		③ 品牌人群心智诊断	品牌人群心智NEOXF 指标诊断、细拆和追踪 品牌人群心智NEO to Media 目标拆解	品类先锋人群标签开放 (品牌数据银行+策略中心)	
潜在客户	潜客蓄水	④ 媒介投放驱动	消费者全链路行为洞察&验证 TA人货场校准器 AIPL汇率表 (乐其)	触点分析: 品牌数据银行自定义分析、链路分析 阿里妈妈: UD站外触媒分析 阿里云数据中台	全域媒体布局及投放策略 细分人群投放能力 全链路运营能力 MA营销自动化 社交互动能力 全域CDP能力
	消费者互动	⑤ 社交互动驱动		内容如短视频/直播数据回流 内容渠道回流 (有好货等频道) 优酷数据回流、IP推荐 (品牌数据银行+策略中心)	
		⑥ 知识库共建: 优化SEO	品类知识图谱	品类搜索词洞察与优化 (策略中心+生意参谋)	
新客	首单转化	⑦ 全链路-淘外内容种草, 淘内沉淀	消费者全链路行为洞察&验证 GROW 品类增长地图 (含策略人群)	策略中心-新客策 策略中心-内容策 阿里妈妈-拉新快 Unidesk站外投放 (策略中心+阿里妈妈) 阿里云数据中台	效果营销 店铺运营落地 多渠道消费者触达 直播基地与红人生态矩阵
		⑧ 全链路-淘外媒介触达, 淘内沉淀	新品消费者竞品来源分析 品类交叉关联分析		
		⑨ 跨品类/新品人群渗透			
忠诚(私域)	扩大关系数量	⑩ 招募拉新	全域定制人群 私域关系归因	会员/粉丝招募渠道分析 (品牌数据银行)	私域用户价值货币化
		⑪ 全域融合	全域定制人群	全域用户画像 全域用户沉淀及转化分析 (品牌数据银行、CRM)	
	提升关系价值	⑫ 用户传播裂变			
		⑬ 分层CLV提升	私域用户圈层X货品偏好洞察 私域用户圈层X权益偏好洞察		
推进关系深度	⑭ 生命周期管理		1.会员/粉丝运营诊断 2.会员分层购买洞察		

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=1_27156

