

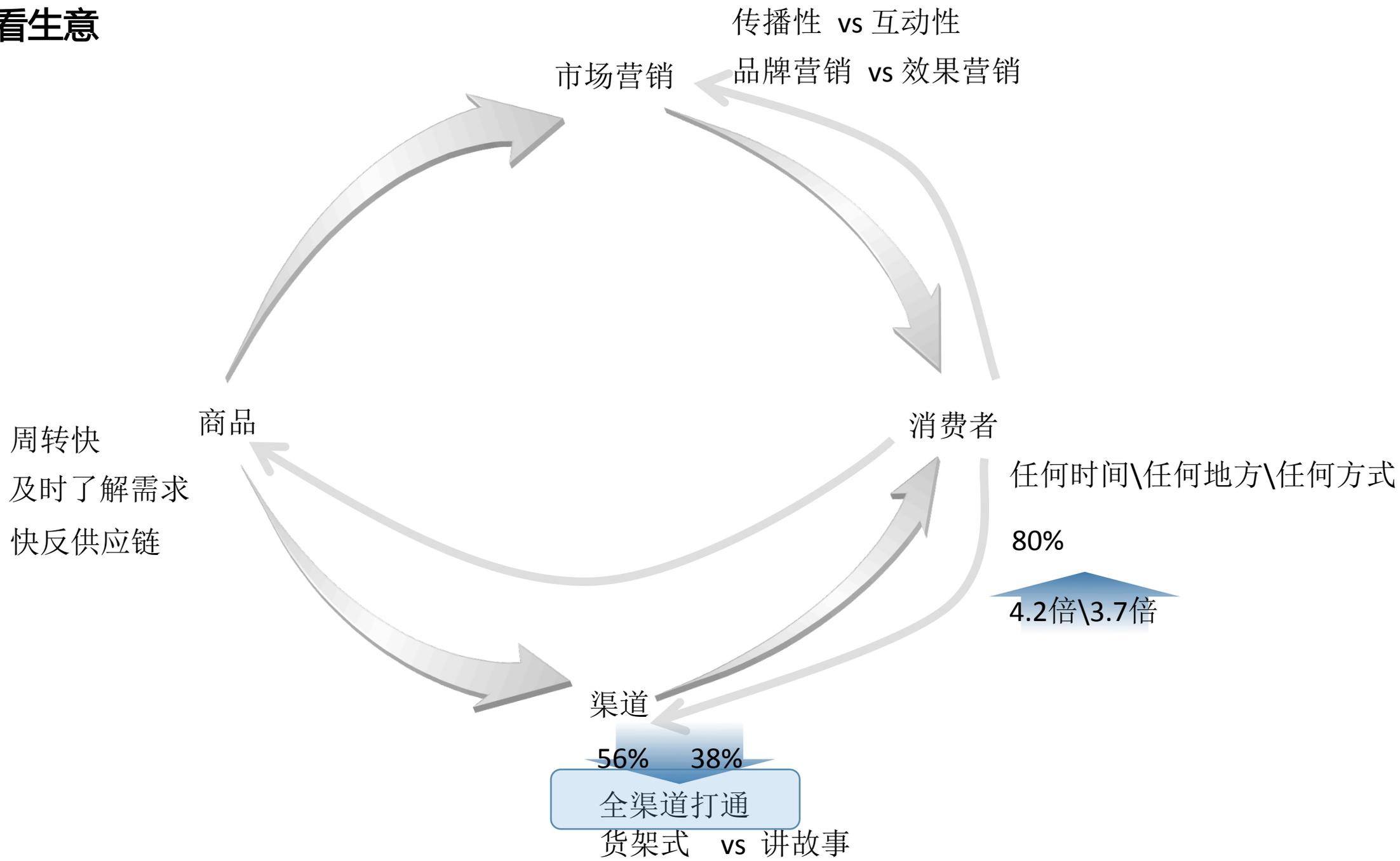
全渠道分论坛《共赢全渠道，助力品牌零售升级》

服饰行业全渠道解读

MERCHANT BUSINESS UNIT

天猫服饰总经理 刘秀云/尔丁

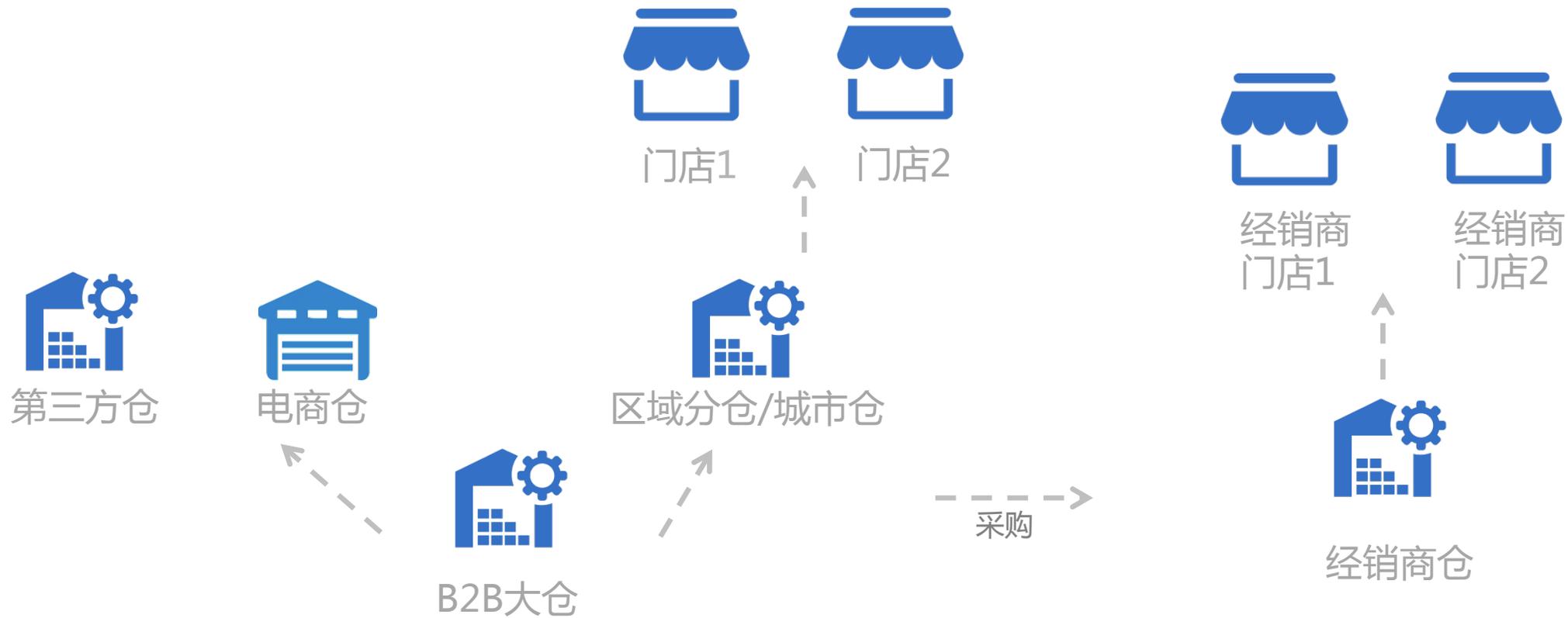
品牌视角看生意



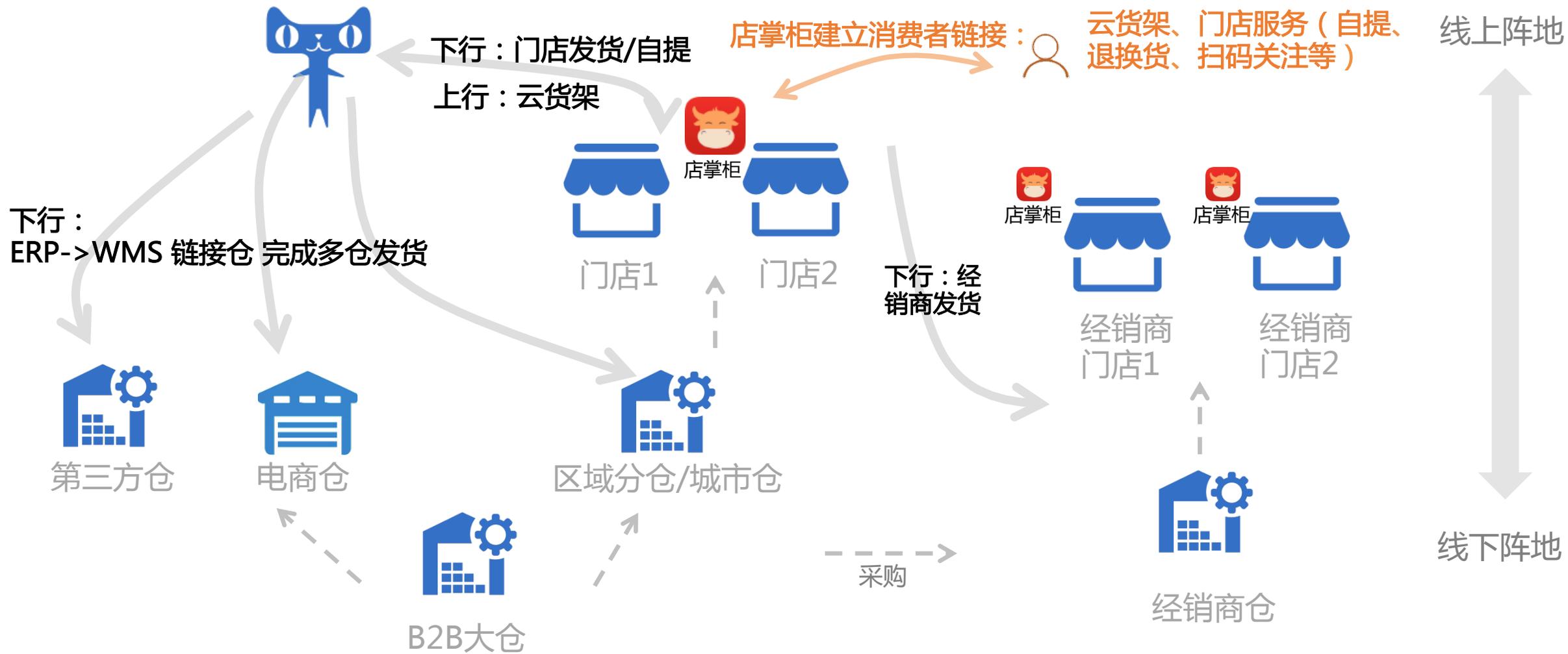
全渠道零售时代



品牌渠道和物流现状



树状变网状



树状变网状

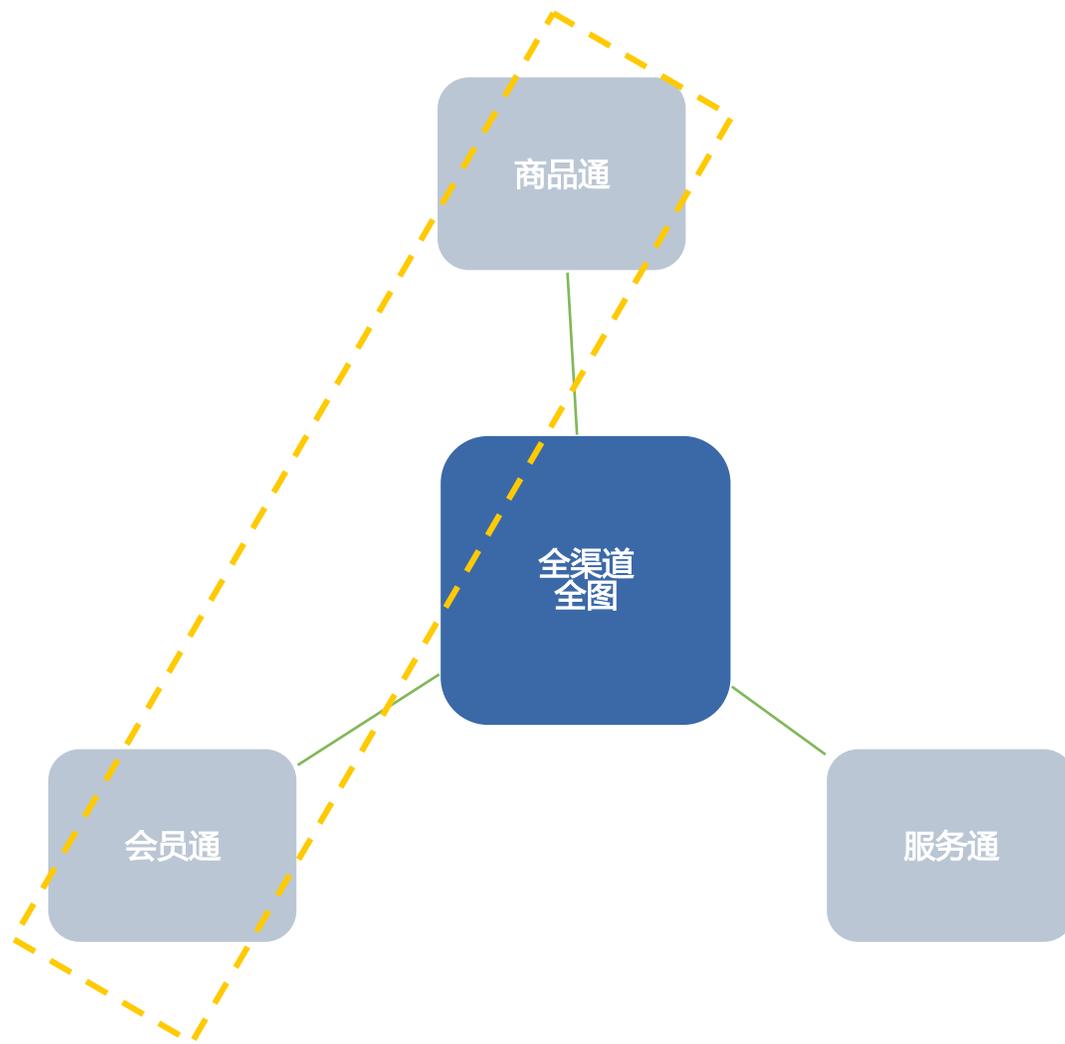
货不动 人动

树状变网状

先自己结网 再跟天猫打通

直接让天猫帮助结网

网内通什么



天猫双11期间的实践

订单下行

21 48% 53%

订单上行

13%

你准备好了吗

系统打通

利益分配

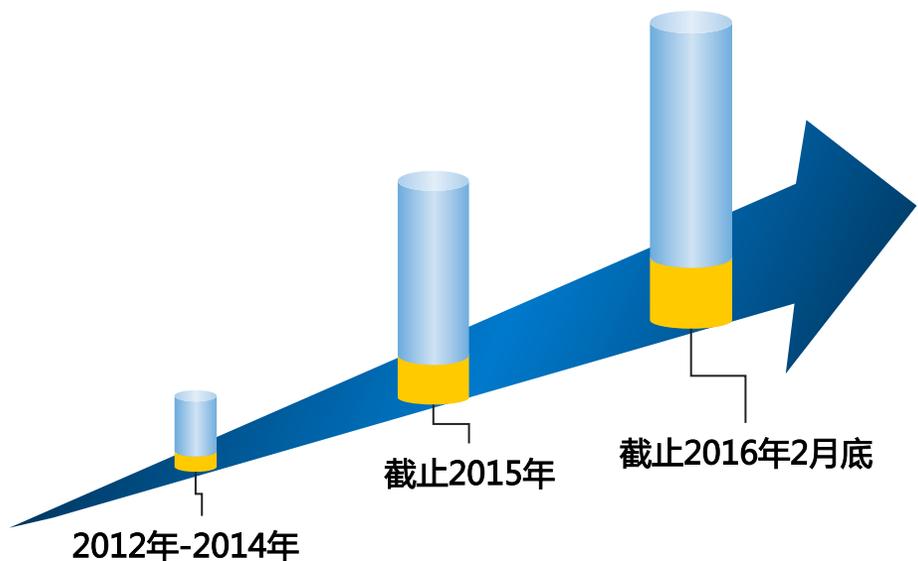
售价一致

一把手的思路转变

敌对 联盟

商家需求井喷

- ◆ 2016年服饰6大行业商家需求速增：
覆盖女装、男装、运动户外、男女鞋、箱包、内衣，约**150个**品牌集团，2016年有强烈的意愿实现全渠道化！



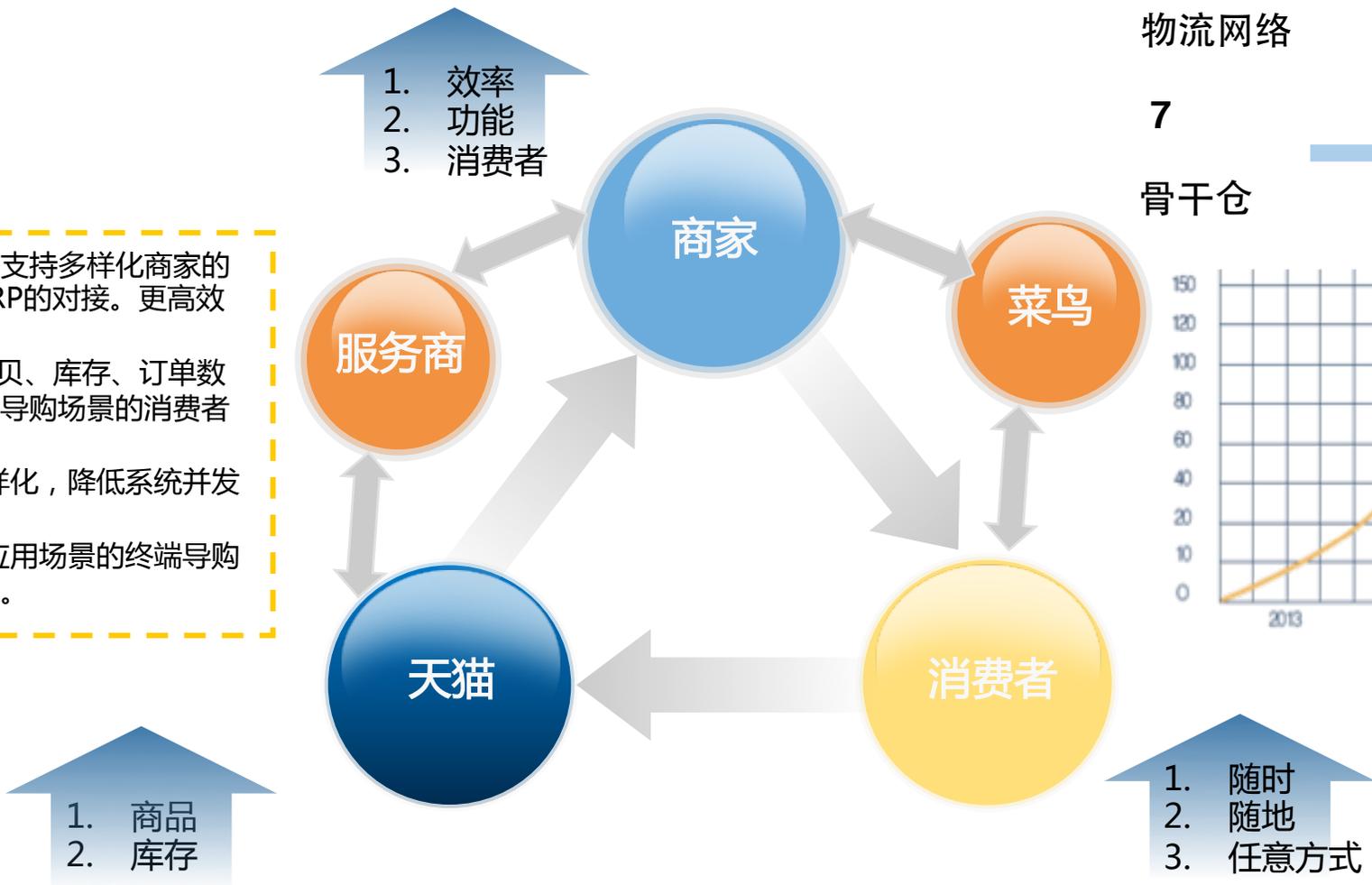
代表品牌：凌致、GXG、拉夏贝尔、欧时力、361等

- ◆ 服饰品牌覆盖服务商：
线上ERP：**50个**服务商，
线下ERP：**35个**服务商，
POS：**25个**服务商，
WMS：**30个**服务商.....



天猫服饰全渠道打通-生态化运营

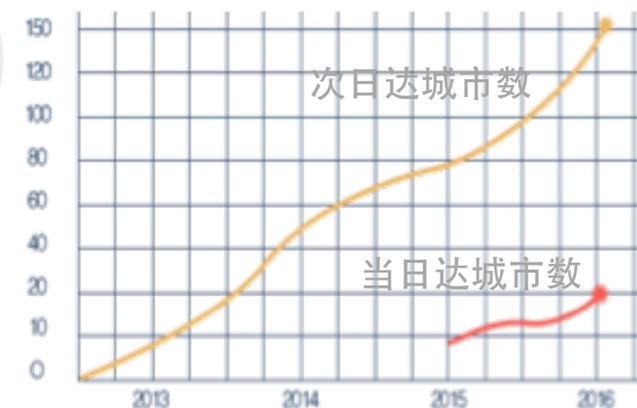
1. **库存通奇门对接**：支持多样化商家的POS\WMS系统与ERP的对接。更高效降成本。
2. **天猫导购场景**：宝贝、库存、订单数据同步，支持多样化导购场景的消费者引导。
3. **分单**：智能决策多样化，降低系统并发压力。
4. **店掌柜**：支持多种应用场景的终端导购接单、拒单、拆单等。



2015-2016

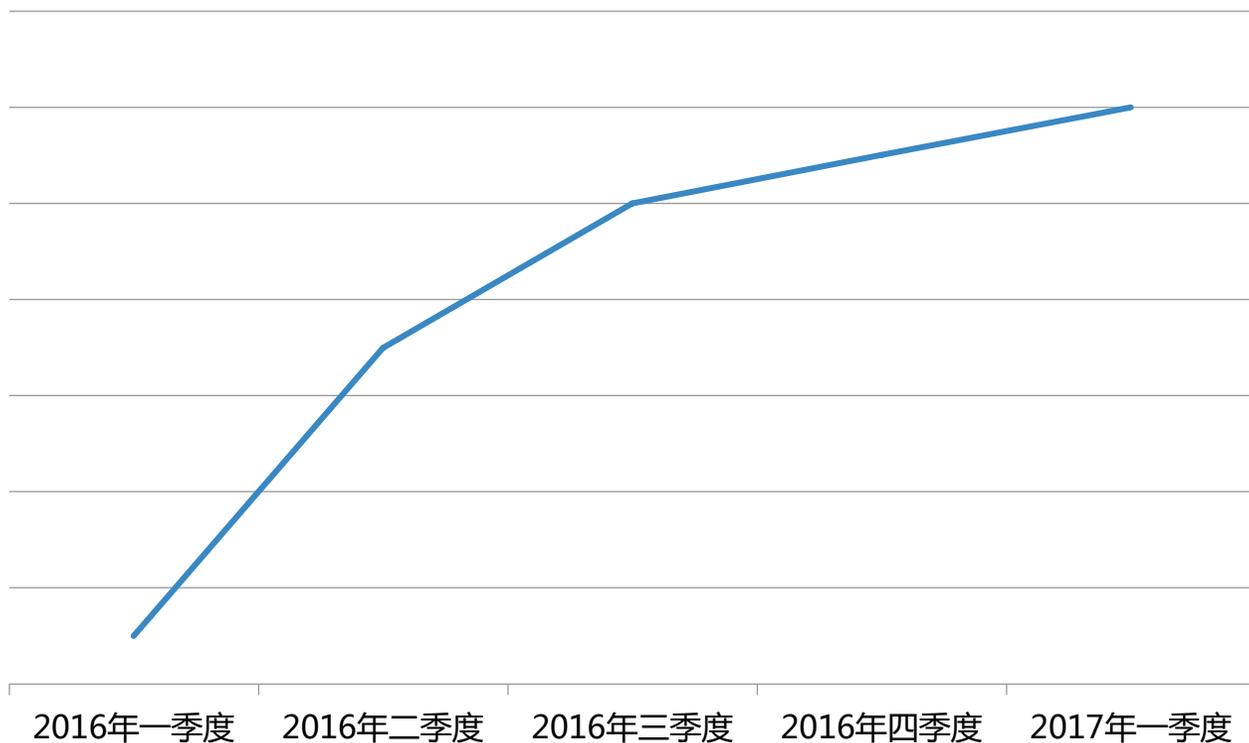
80+ 物流网络 → 4000+ 物流合作伙伴

7 骨干仓 → 15 骨干仓



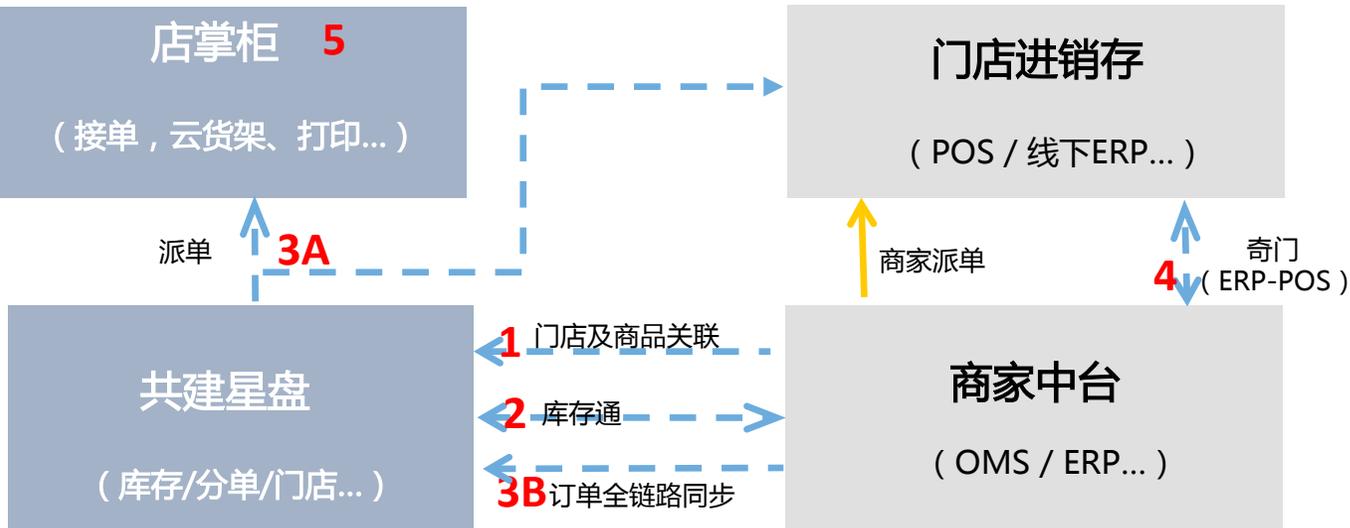
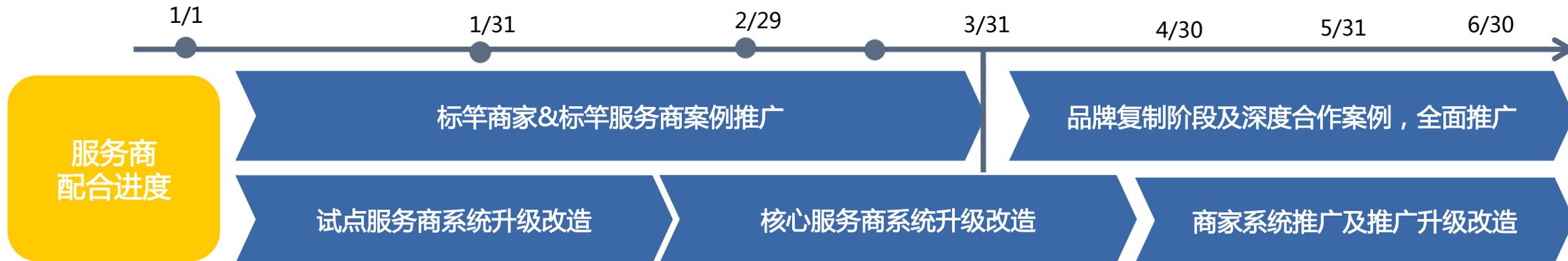
商家商品通全年节奏预计

2016年全渠道商家数趋势预估



- ◆ 项目启动期，以打造showcase和服务商建立合作关系为主
——**16年3月**：Q1项目启动，产出标杆商家
- ◆ 项目关键期，规模化复制
——**年中促和双11**：资源最大化投入，Q2和Q3全面铺开
- ◆ 项目阶段性总结，资源投入收缩
——**17年3月**：因年末、春节资源投入紧缩，已对接商家收尾，项目总结

服务商的运营策略



服务商合作伙伴共进

- 1、服务商协助商家完成1-5的相关改造；
- 2、商家事业部业务、产品、运营全力协同；
- 3、本地化团队协同ISV支持，总协同（怡辰）：
 - 华北：瑞茜
 - 华东：知义
 - 华南：耘峰
 - 上海：雯悠

消费者已然改变

借助天猫开启全渠道运营变革

货不动 人通

开启品牌全渠道营销时代