



咨询服务

多渠道成熟度模型



战略
愿景
评估
蓝图

转型
实施
培训
过渡

优化
指导
监控
调整

- 高度整合
- 灵活易用
- 以顾客为中心

变化的市场

在这个信息化时代，顾客们前所未有的通过多维度的渠道获取资讯，并将其掌握的信息广泛地进行分享与传播。随着顾客期望越来越高，社交媒体和移动电子商务不断增长，以及持续变化的购物趋势，顾客们希望全方位、多渠道的获取产品信息并进行购买。顾客们同样希望在他们需要的时间和地点，以自己喜爱的方式享受服务。

面对保持原有业务流程和不得不革新以满足市场需求的双重压力，零售商需要实现业务转型以适应顾客。为了以一贯的、有说服力的方式展示自己的品牌，零售商必须紧跟持续不断变化的市场，解决现有系统和技术的限制，并面对现有流程和组织架构的约束。

Omni-Channel（全方位渠道）的目标非常明确——为所有渠道的顾客提供丰富和一贯的购物体验。为了达到 Omni-Channel（全方位渠道）的愿景，零售商需要在人员、流程和技术方面进行革新，以实现高度灵活的商业体系。

IVIS 多渠道成熟度模型 (MCm²®) 是一个以顾客为中心的，可以使零售商成功驾驭通往多渠道之旅的方法。

运用我们在过去 18 年中与一些世界领先的多渠道零售商一起合作的丰富经验，IVIS 集团现已开发出一种方法。这种方法可以帮助企业在他们走向 Omni-Channel（全方位渠道）的道路上取得成功。

MCm²® 模型

我们成多渠道成熟模型 (MCm²®)，通过提供一个划分为三阶段的，以顾客为中心的，系统化并且经过验证的阶段途径，可以简化零售商由单一渠道向多渠道转型的复杂过程。

优势

- 定义/重申基于顾客核心价值认知的愿景
- 提供审视和优化现有流程和惯例的机会
- 充分利用过去 18 年实践中所学的经验教训
- 确保利益相关者们拥有共同价值观以实现高度整合
- 为多渠道的成功指明所需的能力和关键业绩指标

途径

- 以协作和指导为基础，确保最大化的知识共享。
- 运用系统的、有步骤的方法，明确可交付成果。
- 将着眼于顾客购物体验作为理论基础
- 与国际上的领域专家一起工作
- 我们的顾问都熟知并掌握最佳的业务实践模型，策略和流程——因此我们不是从头开始。

运用模型

MCm² 方法包括三个阶段，分别是战略、转型和优化。

阶段 1 - 战略

愿景

使用自上而下的方法，与领导团队一起工作以理解品牌核心价值和企业文化。确认顾客购买的原因，以及企业希望以何种形象被顾客认知。

- 从领导团队的角度确认机遇、挑战和愿景。
- 通过使用经过考验和测试的报表来量化企业愿景，我们可以确保正确认知企业的核心价值。

评估

通过使用以下工具及自底向上的方法来确定优势和劣势：

- 目标：“谁” - 了解目标顾客和 - 合作伙伴 - 现在和将来
- 功能：“做什么” - 检查 5 个多渠道能力的优势和劣势：顾客体验、销售和营销渠道、信息管理、供应链和物流、基础设施
- 准备情况：“怎么做” - 评估现有的人员、流程和技术，指出需要做哪些改变以消除这三个方面的差距
- 差异/缺口分析和消除差异的行动计划将是评估阶段的工作成果

蓝图

制定一个业务模型，组织架构影响预期和项目实施计划。

- 制定的业务模型需列出目标、方向和策略，它们基于：目标细分，目标定位，市场营销策略，物流战略和财务模型
- 为了使市场营销、技术、销售、物流和客服部门都使用成熟的模型和关键业绩指标，我们为组织架构的变化提供清晰的评估和计划
- 实施计划由季度目标和清晰的、可评估的里程碑组成

阶段 2 - 转型

在战略阶段完成策略和目标的确认后，我们将开始新的旅程。

- **实施** - 我们帮助您执行在前一阶段制定的业务蓝图。这是一个在企业内部影响到人员、流程和技术的变革项目。除了项目管理，我们还将在您需要的时候为您提供其它服务，例如企业形象设计/品牌推广、图片/风格指导和丰富产品信息等。
- **培训** - 除了岗位培训和知识共享，我们还可以提供两种正式培训：多渠道技能培训(市场营销、销售、物流和客户服务)和一般管理/软技能培训(例如沟通、领导能力、团队建设)
- **过渡** - 帮助各业务部门使用数据仪表盘，最佳实践标准和人力资源工具，使企业在拥有竞争优势的同时，其多渠道团队的工作“一切照常”。

阶段 3 - 优化

优化阶段的目标是，在业务投入运行后继续为企业提供支持服务，确保企业在符合前期规划并保持与市场趋势同步的情况下以最高效率运行。

- **指导** - 基于在转型阶段交付的培训项目，进行常规复查，以协助业务团队适应其新的职责范围，并帮助企业应对所面临的挑战。
- **监控** - 帮助企业找到确保其核心价值所需的关注点，使典型的多渠道企业收集到的大量信息更具意义。我们将使用清晰的报表来评估已经被确认的关键业绩指标，并以此来提高业务部门和员工的业绩。
- **调整** - 为了确保将市场趋势和竞争格局考虑在内，我们需要在正在进行的创新和日常的业务需求之间取得恰当的平衡。

可交付的产品

- 基于目标细分、定位、实现、销售、市场营销和财务模型的业务模型
- 由清晰的季度里程碑和关键业绩指标组成的，与企业愿景一致的路线图
- 蓝图实施过程的指导服务
- 研讨会形式的培训和知识传授服务，确保企业运营效率
- 项目实施后的支持服务
- 上线后为确保关键业绩指标达成的企业运营监控服务



UK Headquarters | IVIS Group Ltd.
CP House 97-107 Uxbridge Road
London W5 5TL,
United Kingdom
Tel: +44 (0) 20 8579 3335

Malaysia | IVIS Group Sdn. Bhd.
Technology Park Malaysia - L2-E-7A,
Level 2 Enterprise 4 | Bukit Jalil
57000 - Kuala Lumpur Malaysia
Tel: +60 38 994 3335

IVIS China | 爱维爱思(北京)管理咨询有限公司
北京市朝阳区朝阳门外大街甲6号C座905, 100020
Tel: +86 10 5907 0861

Follow us



www.ivisgroup.com