**天虹线下门店的整合营销突破 任务书**

**一、项目背景**

线上购物平台的发展及线下疫情的影响，对实体消费造成了巨大的冲击。作为国内先进的数字化零售商，天虹虽然率先进行了线上平台的搭建和转型，但部分门店（以传统百货为主）依旧遇到了客流量下滑、销售低迷的困境。

**二、项目任务**

作为互联网原住民的一员，你可以通过线上、线下结合的渠道，利用新颖、有趣的营销方式，吸引更多的消费者通过线上平台从天虹下单，或吸引更多的线下客流量，最终达到促进销售增长的结果。

请撰写一份具体的营销方案，详述你的创意。

**三、项目要求**

请基于天虹的一个业务的线下门店（百货/超市/购物中心）构思营销方案。在方案中，需要写明以下内容：

1. 背景分析：天虹及你选择的业务经营情况如何，在市场上有哪些优势及劣势；

2. 目标拆解：思考零售行业的经营公式，对最终提升销售的目标进行拆解（如：销售额=流量\*转化率\*客单价\*复购率，因此提升门店销售额可以通过提升客流量、进店消费转化、客单价、复购可能性来进行具体方案的思考）；

3. 可行性分析：包括方案中可能出现的风险及应对措施，以及与其他竞品的营销方式相比，你方案中的亮点在于哪里；

你可以发挥自己的想象构思新颖的营销方式，但更建议通过以下的一个或多个方向进行深入思考：

1）会员营销

通过唤醒流失顾客及提升VIP顾客客单价、复购率，达到销售量提升或销售额上升；

2）平台优化

针对天虹小程序和APP两个线上平台进行产品功能优化，从而提升顾客的线上消费占比；

3）社群运营方向

通过运营某一特定主题的线上社群（如：青年文化类、美妆穿搭、萌宠文化等），提升用户数量及粘性，从而促进社群内的销售转化。

**四、验收标准**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **考核项** | **考核标准** | **占比** |
| 完整性 | 方案切题、完整，符合规范要求，版面整洁美观 | 10% |
| 可操作性 | 符合实际，具有可落地性 | 15% |
| 创新性 | 具有新颖性和独创性 | 15% |
| 专业度 | 方案分析有理有据，能完美运用专业知识或原理 | 10% |
| 科学度 | 活动流程设计极佳，方法选择科学合理 | 30% |
| 可实施效度（落地度） | 方案结果达到预期效果 | 20% |