

过期自动退款、数据洞悉需求

百度糯米精细化运营提高用户体验

近两年，随着移动互联网的发展，消费者越来越习惯于使用O2O平台获取服务进行消费。然而随着消费规模的扩大和消费者对O2O平台的依赖度加深，不可避免地出现了一些消费纠纷，其中最常见的就是消费券过期，不仅影响了消费者的使用体验，也侵害了消费者的利益。

为此，国内领先的本地生活服务平台百度糯米推出了“过期自动退”服务，除实物类商品或有时效性的演出票等，在团购券有效期过后3个工作日内，百度糯米将对用户未消费的糯米券办理自动退款，用户无需任何操作、无需手续费；所退款项按照支付路径原路退回。其中，在百度糯米完成处理后，根据各银行体系不同，退款预计7-15个工作日可到对应银行账户；退款金额以购买糯米券时除去各种优惠、返利部分，消费者实际支付金额为准。

百度糯米相关负责人表示，“过期自动退”进一步提升用户体验，让用户享受到全程无担忧的O2O生活服务。

不仅如此，由于餐饮消费在O2O服务中占据比重较大，因此百度糯米还为VIP用户免费提供了非常重要的食品安全险。同时，百度糯米还推出了诸如全景地图、综合收银台等功能，精细化运营全面提升用户体验。

精细化运营提升用户体验

2015年的最后一个月，百度糯米推

出了综合收银台功能，打通了代金券、储值卡和到店付的支付通道，统一了支付入口，提高了用户的支付体验。而此前不久，百度副总裁、百度糯米总经理曾良提出了场景化O2O生态，提及了业内唯一的到店推荐功能。利用WiFi指纹方法结合LBS定位大数据，百度糯米可精准识别用户的到店场景，推送商户团单或提示用户使用券码，为用户创造了“智能化”的消费体验。

此外，百度糯米还联合百度地图，针对商家无法将店面环境准确详实展示给用户这一点推出了全景地图功能，不仅可以查看餐厅的外景和附近街景，还可以进入餐厅内部，查看大厅、包间等内部空间的全景照片，360度可旋转视角带给顾客身临其境的体验。这一功能可以加强商户与用户的互动，让商户更方便向用户展示店面的同时，也提高了用户的体验。

除了消费者的用户体验，百度糯米对商户的体验也十分重视。去年，百度糯米在国内O2O平台中首推“T+1”账期模式，打破了“T+7”的行业惯例，大大缩短了商户的资金沉淀时间，通过百度钱包最快可实现2小时到账，大大解放了商户的资金压力，提升了商户体验。

大数据深入造节和运营全过程

以上无论是全景地图还是到店推荐功能，其实都离不开百度糯米背后的百度提供的技术支持和大数据分析结果。

以刚刚过去的“3·7女生节”为例，区别于普通的互联网公司纯靠补贴和打折降价造节营销不同，百度糯米在“3·7女生节”之前综合历年消费数据以及全网女性用户画像数据发布了O2O生活服务女性消费大数据报告。报告显示，从2014年的第一届到2015年的第二届，百度糯米“3·7女生节”O2O生活服务消费实现了600%的增长，相比于妇女节的平缓上升，女生节在消费领域的前景更具想像力。不仅如此，从2015年“3·7女生节”当天的消费数据来看，女生节似乎已不只是学生的专属节日，“3·7女生节”正在演变为一场全体拥有年轻少女心的女性消费者的狂欢。

基于此，百度糯米今年开始打造第三届“3·7女生节”。此外，百度糯米的大数据技术还被运用到活动的组织上来，通过洞悉每一位消费者的需求，为用户带去超出预期的体验。

今年“3·7女生节”期间，百度糯米通过大数据筛选，邀请37位女生粉丝到三亚体验超跑、游艇和定制红酒会等至尊享受。百度糯米一方面调动平台数据分析用户消费行为，同时背靠百度众多优秀产品平台形成的矩阵优势，纳入粉丝在百度搜索中关于“三亚”、“出游”、“海洋环保”等信息作为画像素材，甄选出有品质生活，同时关注环保并有近期出游打算的粉丝群体，让受邀的37位女生获得了超乎预想的惊喜。

“糯米+”打造一站式服务平台

提高用户体验以留住用户，大数据介入运营以提高效率降低成本，这是百度糯米在O2O领域的战术打法。

在战略层面，百度糯米敏锐地认识到，如何将有用的零散信息有效整合，为用户提供真正意义上的一站式生活服务平台才是一个大难题。

对此，百度糯米去年9月提出了“糯米+”战略。除自身连接人与服务外，百度糯米还搭建了两大联盟，以达到与更多的服务供应商共赢的目的。

百度糯米开放自身用户资源和流量，接入更多第三方垂直O2O服务提供商，共享内容、共享流量，深度打造“服务联盟”。

同时，百度糯米还助力拥有广泛用户的第三方平台，实现流量变现，打造收益分成的“伙伴联盟”。

伴随“糯米+”战略的实施落地，第三方垂直O2O服务商陆续入驻百度糯米平台，百度糯米未来得以将原本碎片化的生服务进行有效整合，为用户提供一站式O2O生活服务。

业内人士分析认为，在移动互联网时代，依靠精细化运营提升用户体验，依靠大数据造节和技术化O2O思维与行动加持，百度糯米在造节营销越来越火爆的同时，也能为用户提供更全面的本地生活服务，真正实现“百度糯米 我的生活”。



富安娜以责任做企业 用良心树品牌

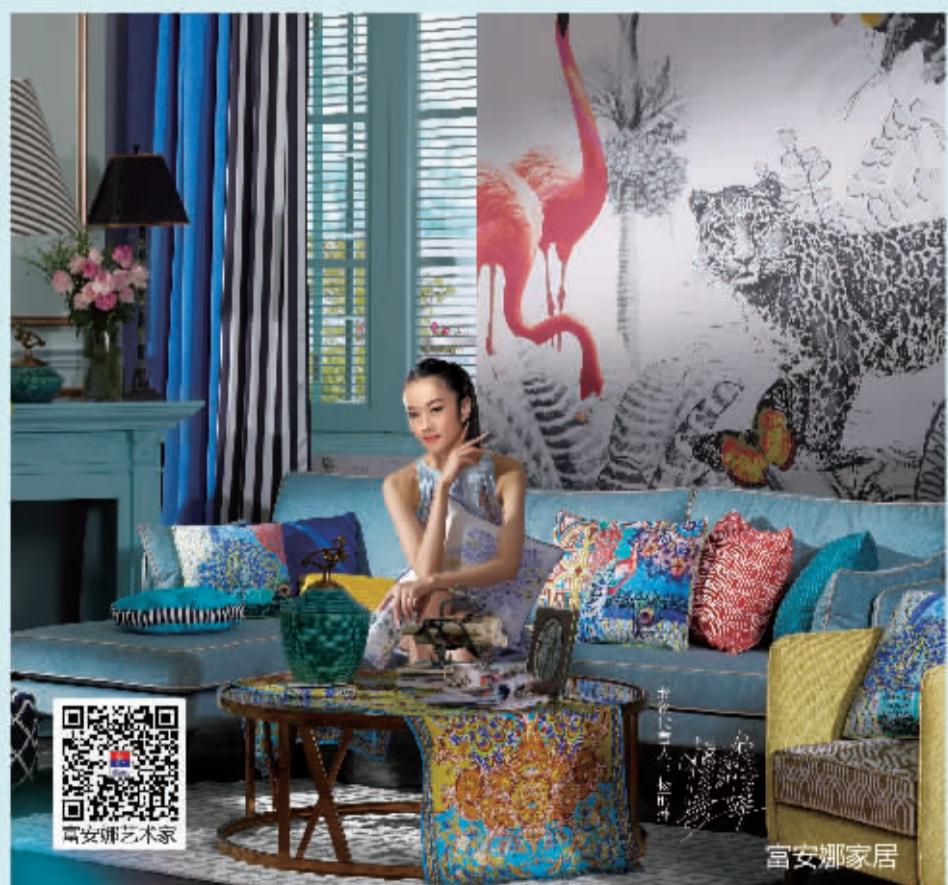
深圳市富安娜家居用品股份有限公司成立于1994年，是一家集研发、设计、生产、营销和物流于一体的综合型家居企业。创立“富安娜”、“馨而乐”、“维莎”、“圣之花”、“酷奇智”五大主打品牌，并于2009年12月在深圳股票市场成功上市。

视质量为企业生命，“质量第一，顾客满意”是的富安娜公司质量管理工作的宗旨。富安娜作为国内家纺行业领军品牌，二十二年的品牌发展道路上，对产品品质的要求一直保持极为严苛的标准。富安娜始终坚持“以责任做企业，用良心树品牌”，做负责任、有使命感的企业，受尊敬、追求卓越的企业，不为任何眼前利益动摇公司的质量标准。

富安娜作为家纺协会会长单位，积极参与全国各标准组织，行业协会以及国家信息产业部组织的系列国际、行标的起草与审定，包括《纺织品纤维含量的标准》等，对规范纺织行业的生产及产品销售做出责任企业的贡献。富安娜始终致力于为消费者提供高品质的艺术化家居生活方式，以消费者的体验和品牌的美誉度作为品牌诉求的核心。严格遵守行业经营的规范秩序和国家相关标准，一直秉承严苛的商品品质控制管理，严把产品质量关，富安娜公司出厂的产品都是符合甚至超出国家和行业质量标准。更美的设计加上更高的品质，这也是富安娜二十二年来深受国内消费者喜爱和信赖的源泉。

作为一家有强烈责任感的企业，富安娜不仅对消费者负责，更主动承担必要的社会责任。在过去二十年的发展历程中，富安娜用自己实际的行动积极参与慈善公益事业，富安娜已累计向社会捐资过亿元，并且董事长夫妇公开向社会承诺，将每年的股份分红捐赠出来定向扶持社会弱势群体，建立医疗和教育福利机构，提供长期的慈善关爱，切实履行一个企业的社会责任。

企业经营的目的在于企业本身效益之外，应当最终回归到社会责任之中。企业不只是单纯的盈利目的，而更要考虑企业的社会责任承担，才能长治久安的稳步发展。富安娜努力做更好的企业，出发点不是为了满足个人的一己私利，而是还能为社会的进步与发展做出应有的贡献。将企业做成让社会认可、让顾客满意、让行业尊重、让员工幸福的企业、一家具有高品德的企业。



深圳市富安娜家居用品股份有限公司
ShenZhen Fu Anna Bedding and Furnishing Company Limited
地址：深圳市南山区南光路富安娜大厦

咨询电话：400-188-1800
官方商城：WWW.FUANNA.COM