



互联网 + 森工全员营销

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Aliquam quis justo sit amet tellus scelerisque posuere. Donec euismod metus ac sem varius, ac venenatis mauris varius.



目录页



01 全员营销平台项目背景

02 全员营销平台模式

03 全员营销平台定位

04 数据分析及活动策划

05 全员营销平台总结



01

全员营销项目背景

1: 势在必行
2: 市场需求

3: 资源优势
4: 林区转型

势在必行



推进“互联网+”是响应党和中央的号召

党中央、国务院以及省、市都高度重视“互联网+”工作，近年来作出了一系列安排部署。习近平总书记在致首届世界互联网大会的贺词中指出：“当今时代，以信息技术为核心的新一轮科技革命正在孕育兴起，互联网日益成为创新驱动发展的先导力量，深刻改变着人们的生产生活，有力推动着社会发展。”

3月5日消息，今日上午9时，第十二届全国人民代表大会第四次会议在人民大会堂开幕，国务院总理李克强作政府工作报告。在今天的《政府工作报告》中，李克强对于创新创业做了进一步的工作指示，同时多次提及了要利用“互联网+”的力量来进一步深化改革。

市场需求

森林食品互联网流通产值达1000亿元 但森工暂未参与进来

森林食品受大家的追捧，可是森林食品有什么优势？与普通食品相比较，森林食品有四大优势：无污染、原产地、高营养、药食同源，总而言之就是附加值更高。

- ✓ 产品来自于可持续经营的森林
- ✓ 自然成长、非种植品种
- ✓ 吸收森林养分，营养物质丰富
- ✓ 稀缺，对生长环境要求苛刻



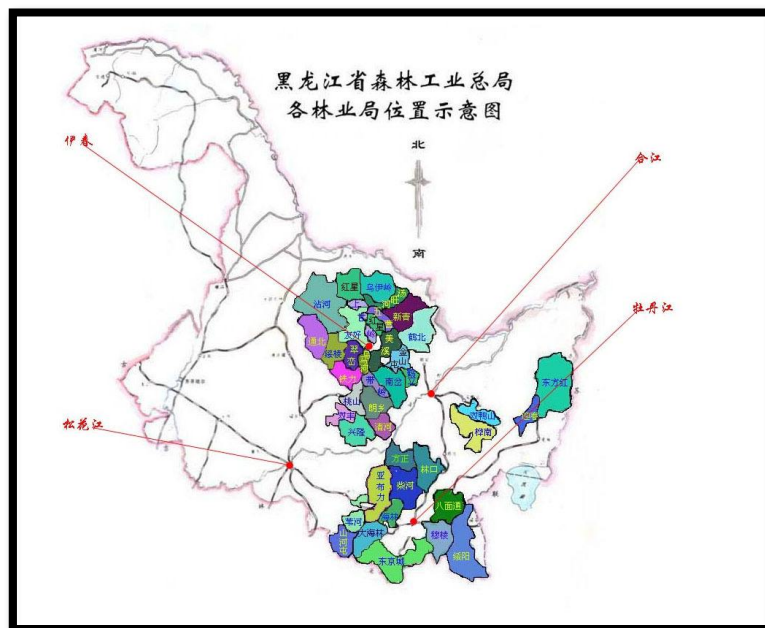
森林食品产业是林业产业的重要组成部分；森林食品产业是森工的优势产业；发展森林食品产业既是解决三农问题的需要，也是发展县域经济的需要；同时森林食品产业还是旅游产业的重要支撑。森林食品原料来自大森林，与当前江河污染、沙漠化严重和农产品化肥、农药施用量严重超标等严峻的环境，食品链污染现状相比，我国林区生态环境相对良好，森林尚未受到污染。未来发展空间巨大。森林食品传统流通产值达1500亿元，但未在淘宝网等互联网电子商务平台形成互联网营销品牌，不能形成区域品牌的产业增值效益。

资源优势



黑龙江黑森绿色食品（集团）有限公司隶属于中国龙江森林工业集团总公司（黑龙江省森林工业总局），属国有独资企业。下辖子公司、分公司、加工厂、生产基地等几十家核心企业，现已形成食用菌系列、山野菜系列、蜂产品系列、野生坚果系列、浆果系列、饮品系列、保健品系列、粮油系列、酒系列、特色养殖系列等“黑森”牌十二大系列产品，1000多个品种。产品取得有机食品、绿色食品、无公害食品、中国森林食品（CFFC）等30多个权威认证。

林区转型



黑龙江省森工总局是我国最大的国有林区和森林工业集团。下属4个林管局、40个林业局、625个林场（所），林业人口167万，在职职工35.9万。2014年4月1日起，黑龙江省森工林区全面停止商业性采伐，宣告了多年来向森林过度索取的历史已经结束，标志着我国最大的国有林区正式步入了全面保护、经营森林的新时代。但是，停伐对林区最直接也是最大的影响，就是导致林区经营收入下降、林产企业面临转型、林场职工收入减少甚至下岗等问题。互联网创业将是森工转型的重要抓手，通过互联网大众创业，万众创新全员参与实现全员营销。

02

全员营销平台模式

1: 平台基本思路
2: 平台目标
3: 平台运作模式

4: 森工优势
5: 全员营销
6: 分销制度

平台建设基本思路



平台建设的基本思路：一轴两翼

基于信用经济理念，按一轴两翼的基本思路来建设这个平台。一轴是森工电子商务平台，它以总局社会形象、社会责任和品牌做为平台的支撑，同时也作为平台产品的质量监管和信誉担保责任主体。右翼对现有林区资源深度挖掘，新产品开发和产业整合，形成森工独特产品价值体系；左翼，挖掘现有客户资源，同时吸引社会的资源和客商参与运营，兼具引资功能。通过平台的运营，加速各种要素快速融合，营造内部创新创业良好氛围，把内部和外部资源有机结合起来，打造产业一体化新格局。

平台目标



平台运作模式

产品分
销

森林旅
游

森林康
养

人才培
育

- 1、产品和门票的展示、线上交易、退换货和线上评价，旅游产品扫码核销。
- 2、分销功能：可通过扫描二维码直接加入分销，目前全部产品已设置一级佣金和二级佣金，推客根据推广金额可不同获得相应的佣金并随时可以提现到微信钱包。
- 3、合伙人功能：通过设置 24 个林业局及 156 个直属单位合伙人账号，以便总局对其进行业绩考核。
- 4、活动促销功能：平台目前已开通的活动功能有买赠、折扣、秒杀、拼团、复购、1元起拍、疯狂砍价。
- 5、手机端：推客可在后台查看团队人数、推广订单以及佣金英雄榜。
- 6、平台版面：已设置轮播海报展示、森工学堂、个人中心、新品、包邮专区。
- 7、数据统计：可对平台日交易数据、产品销售数据、推客订单数据、合伙人订单数据、佣金提现数据、浏览量、访客量、推客人员数量、合伙人团队人数进行统计分析。

森工的优势



森工的优势

林区人口多

凝聚力强、一呼百应

对自身产品熟悉

政府背书、可信性高

全员营销



一张身份证



一张银行卡



一部智能手机

只需一张身份证，一张银行卡，一部智能手机。无需任何互联网营销经验，无需资金投入，无需产品库存。加入黑森全民营营销微分销平台，开店只需1分钟，精美店铺自动生成，一键分销，一键推广，人人参与！观念彻底实现转变，从不认可到积极参与。

分销制度

分销制度：合伙人制度

设：以合伙人作为单位发展分销商，设合伙人佣金，让合伙人成为股东的形式发展全员营销平台。

分销功能：

所有产品设**合伙人佣金**、一级销售佣金、二级销售佣金。

合伙人四大模式
大家赚才是真的赚





03

全员营销平台定位

1:平台定位
2:产品保障

3:产品差异化

平台定位

打造以龙江森工 = 森林食品 = 健康 为核心理念的全民营销平台，为全国消费者提供最优质，最健康，最美味的森林食品。

无污染

原产地

高营养

药食同
源

森林食品凭借原生态、无污染、健康、安全等显著特征，比有机更高级，市场附加值极高，所以森林食品产业被业内人士称之为“朝阳产业中的朝阳产业”。做大做强森林食品产业，既有利于调整林业产业结构，又能挖掘出森林资源强大功能，是个蓄势待发的林业产业。

产品差异化

培养消费者的健康意识
提倡绿色消费健康消费



天猫 购物券 全天猫实物商品通用

价格 ¥699.00

促销价 **¥528.00** 火爆促销

生产 实力 Production ability

迎春黑蜂产品通过 ISO22000 食品安全管理体系认证，由中国绿色食品协会认定颁发的 A 级绿色食品认证，以及国内蜂产品检验机构 - 秦皇岛出入境检验检疫局 154 项检测，又通过 88 项欧盟标准，还获得 SGS 检验检测机构 200 多项的检测及美国食品药品监督管理局注册认证。

品质最好的蜂蜜
最贵的蜂蜜



来自大自然
药食同源

产品保障

1、产品溯源



2、国字号





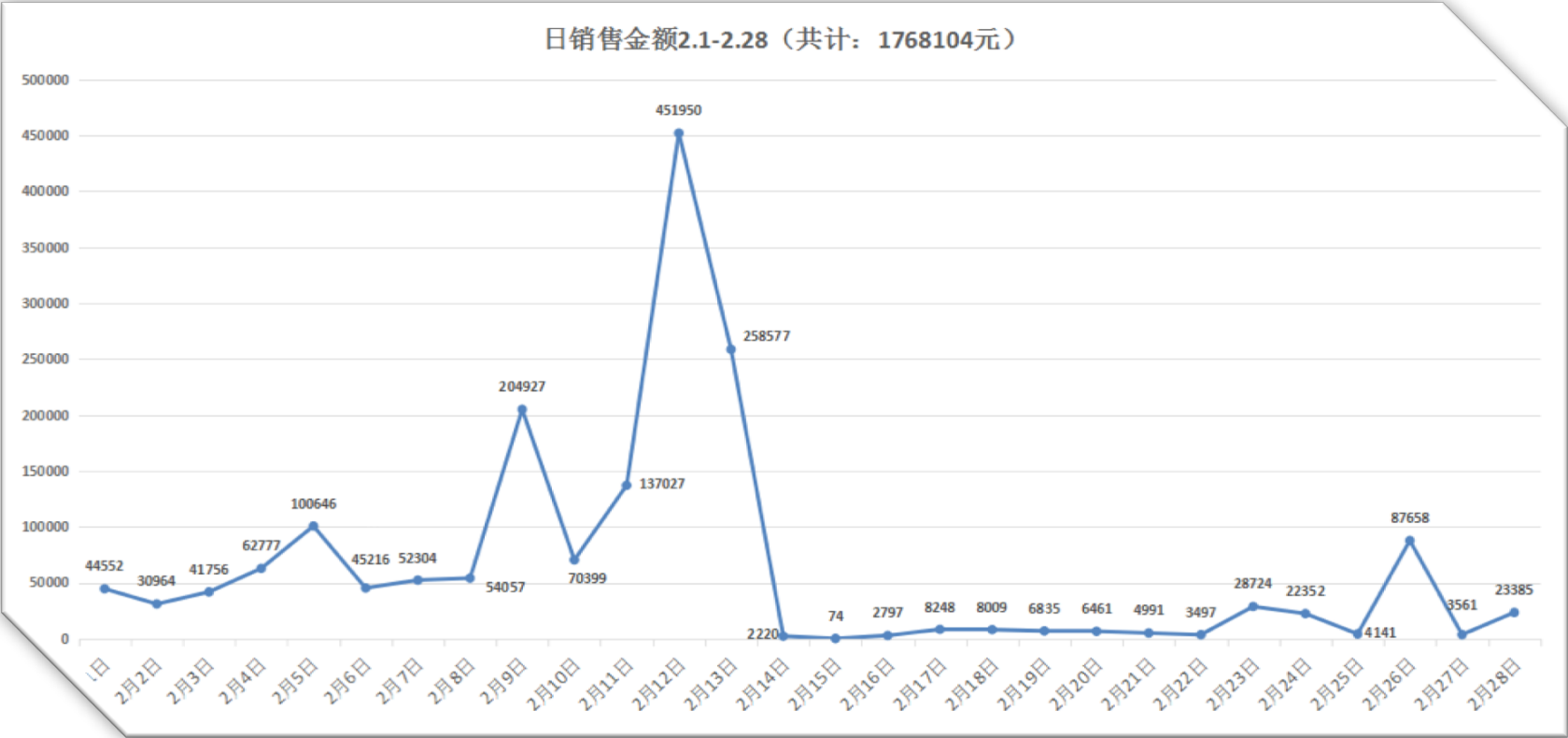
04

数据分析及活动策划

1: 数据分析
3: 营销案例

2: 活动策划

数据分析（1）



数据分析（2）

表二：2月份各林业局销售业绩排序		
排名	林业局及直属单位	销售额
1	苇河林业局	700858.3
2	鹤北林业局	282158.3
3	东方红林业局	280378.54
4	穆棱林业局	160732.2
5	方正林业局	126718
6	柴河林业局	54487.7
7	八面通林业局	16182.9
8	双鸭山林业局	14568.1
9	桦南林业局	5937.3
10	兴隆林业局	5018.2
11	通北林业局	2910.8
12	大海林林业局	2177
13	沾河林业局	1881.6
14	鹤立林业局	1745.4
15	迎春林业局	1736.4
16	海林林业局	1480.8
17	清河重点国有林管理局	1180
18	亚布力林业局	940.6
19	东京城林业局	920.3
20	亚布力度假区	634.5
21	林口林业局	480.1
22	山河屯林业局	237.6
23	绥棱林业局	220.8
合计		1663585.44

数据分析（3）

表四：2月份森林食品单品销售数量前三十

序号	商品名称	数量(件)
1	穆棱林业局 橡果橡果黑猪肉红肠160g*3	525
2	穆棱林业局 橡果林绿色有机橡树林下散养黑猪肉五花肉500g	510
3	双鸭山林业局 东北王弱碱水345ml*24瓶	420
4	穆棱林业局 橡果林绿色有机橡树林下散养黑猪肉前槽肉500g	389
5	穆棱林业局 橡果林绿色有机橡树林下散养黑猪肉梅花肉500g	348
6	穆棱林业局 橡果林绿色有机橡树林下散养黑猪肉后丘肉500g	339
7	海林林业局 袋装开口松子500g	278
8	海林林业局 袋装开口榛子500g	172
9	穆棱林业局 橡果黑猪猪手4个/件	165
10	穆棱林业局 橡果林绿色有机橡树林下散养黑猪肉脊骨500g	122
11	穆棱林业局 橡果林绿色有机橡树林下散养黑猪肉排骨500g	94
12	穆棱林业局 橡果黑猪猪头肉250g*4	75
13	方正林业局 红棒槌牌人参营养酒125ml*15包邮	67
14	穆棱林业局 穆翔野生黑木耳500g	54
15	八面通林业局 林蛙（雪蛤）线油礼盒	52
16	穆棱林业局 穆翔野生榛蘑500g	48
17	穆棱林业局 橡果黑猪肉儿童肠160g*3	47
18	柴河林业局 威虎山松仁露240ml*10罐	45
19	穆棱林业局 橡果林绿色有机橡树林下散养黑猪肉大里脊500g	42
20	东方红重点国有林管理局 17-ZBD-07室外上梁门 规格2300×950 可定制	40
21	柴河林业局 林农特黑木耳200g	38
22	苇河重点国有林管理局 山肤水藜稻花香大米 1吨起售 拍前咨询客服	36
23	穆棱林业局 橡果黑猪肘子450g*2	35
24	苇河重点国有林管理局 秋木耳散装 大宗采购	34
25	方正林业局 红棒槌牌人参营养酒125ml开窗礼品盒（6瓶装）	29
26	穆棱林业局 橡果黑猪精肉500g	29
27	鹤北重点国有林管理局 大米10kg/袋（100公斤起售 拍前咨询客服）	28
28	黑森 东北野生蓝莓果干100g	28
29	黑森 沙棘软糖250g	28
30	穆棱林业局 橡果林绿色有机橡树林下散养黑猪肉大棒骨1kg	28
合计		4145

数据分析（4）

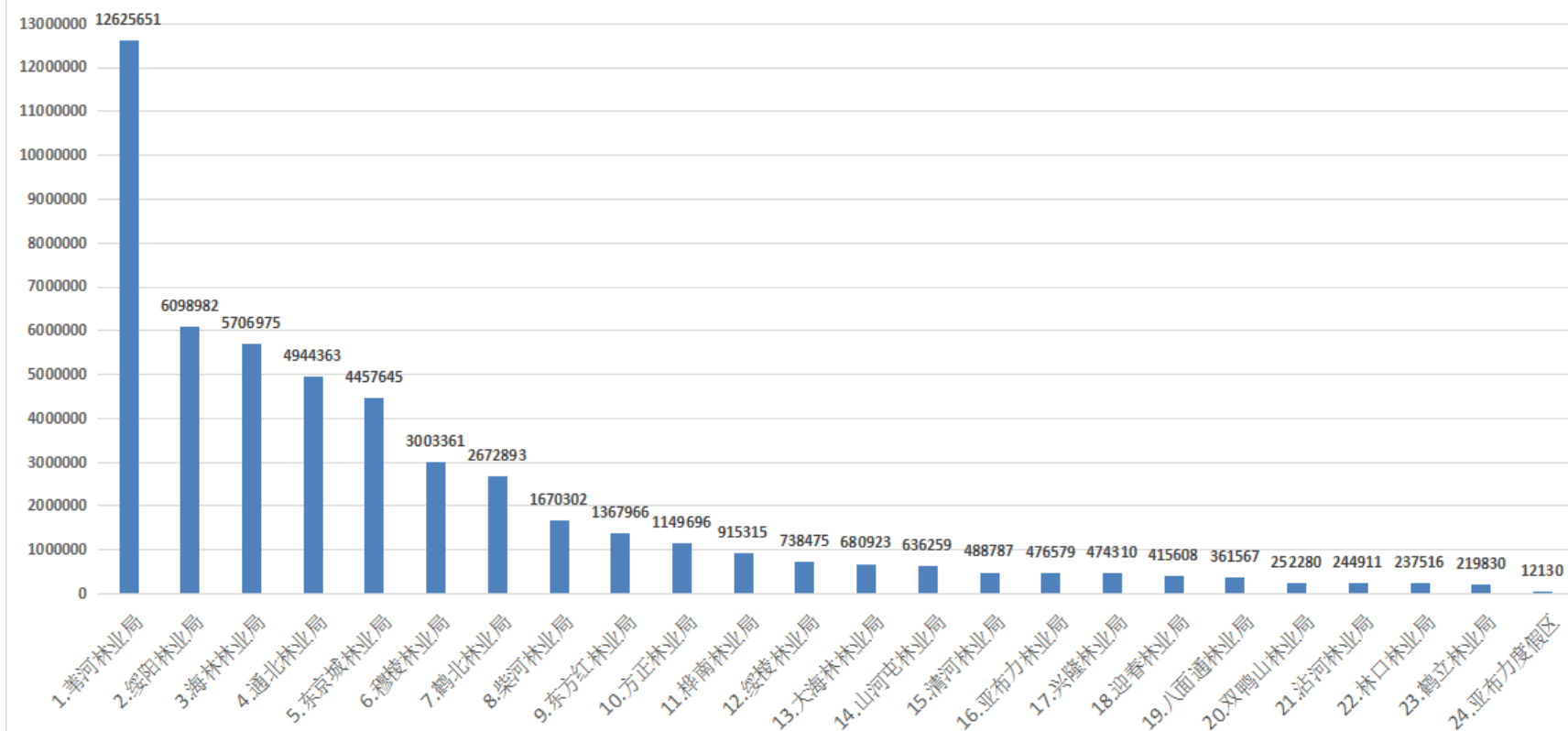
表五：2月份森林食品单品销售金额前三十

序号	商品名称	数量(件)	总价（元）
1	穆棱林业局 橡果黑猪猪手4个/件	165	41580
2	穆棱林业局 橡果橡果黑猪肉红肠160g*3	525	35175
3	穆棱林业局 橡果林绿色有机橡树林下散养黑猪肉梅花肉500g	348	26413.2
4	穆棱林业局 橡果林绿色有机橡树林下散养黑猪肉五花肉500g	510	19890
5	八面通林业局 林蛙（雪蛤）线油礼盒	52	14976
6	穆棱林业局 橡果林绿色有机橡树林下散养黑猪肉前槽肉500g	389	14743.1
7	穆棱林业局 橡果林绿色有机橡树林下散养黑猪肉后丘肉500g	339	12848.1
8	双鸭山林业局 东北王弱碱水345ml*24瓶	420	10794
9	海林林业局 袋装开口松子500g	278	10369.4
10	方正林业局 红棒槌牌人参营养酒125ml*15包邮	67	8207.5
11	穆棱林业局 橡果黑猪猪头肉250g*4	75	6705
12	穆棱林业局 橡果林绿色有机橡树林下散养黑猪肉排骨500g	94	5771.6
13	海林林业局 袋装开口榛子500g	172	5332
14	穆棱林业局 橡果黑猪肘子450g*2	35	4494
15	穆棱林业局 橡果黑猪肉儿童肠160g*3	47	4253.5
16	穆棱林业局 橡果林绿色有机橡树林下散养黑猪肉脊骨500g	122	4209
17	穆棱林业局 穆翔野生黑木耳500g	54	3164.4
18	桦南林业局 紫津坊紫苏籽油礼盒250ml*2	17	2873
19	迎春林业局 迎春黑蜂森林椴树蜜1KG包邮	18	2844
20	穆棱林业局 穆翔野生榛蘑500g	48	2721.6
20		3975	372152.5

数据分析（5）

表六：二月份购买人群分布		
排名	区域	流量
1	黑龙江省	293360
2	山东省	55370
3	北京市	43463
4	河北省	30914
5	辽宁省	19962
6	吉林省	15903
7	广东省	14534
8	江苏省	14145
9	上海市	13906
10	天津市	13846

各林业局销售金额排序5.18-2018.2.28（共计：49852323元）



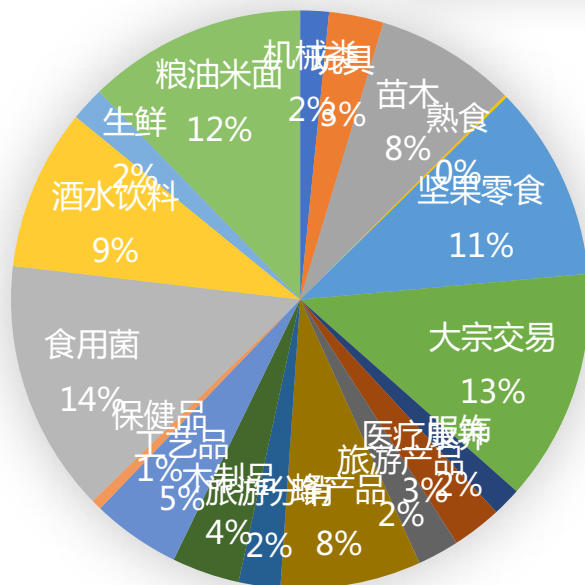
各林业局分销人员数量排序5.18-2018.2.28（共计：183261人）



推客及销售变化情况表

日期	分销人员（人）		销售额（元）		售出（件）	
	林业局及直属单位	其他人员	林业局及直属单位	其他人员	产品分销（件）	旅游分销（件）
2017.5	24783	3369	102964.02	97906.11	3182	68
2017.6	42818	8511	758318	107944.11	15820	422
2017.7	38609	2641	2307541.6	150357.78	29705	13176
2017.8	24879	1947	2593105.2	84484.2	10969	30452
2017.9	10261	505	2669383.7	60144.11	21468	3028
2017.10	9442	1118	3132933.11	66744.35	24251	5709
2017.11	16764	734	18415661.6	381667.3	125610	2
2017.12	22905	2080	18406340.67	1014337.69	93865	7131
2018.1	837	163	2106340.63	93059.13	9512	1148
2018.2	316	-43	1680718.84	87385.56	5024	1177
合计	191614	21025	52173307.37	2144030.34	339406	62313
总计：	212639		54317337.71		401719	

产品情况



平台上线
至今累计
上传产品
572款
共计17个
类目

机械类	11款
玩具	21款
苗木	5款
熟食	1款
坚果零食	75款
大宗交易	89款
服饰	11款
医疗康养	19款
旅游产品	16款
蜂产品	54款
旅游分销	16款
木制品	26款
工艺品	34款
保健品	4款
食用菌	97款
酒水饮料	62款
生鲜	13款
粮油米面	84款

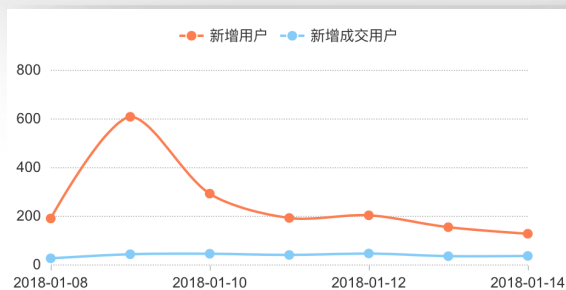
■ 机械类 ■ 玩具 ■ 苗木 ■ 熟食 ■ 坚果零食
 ■ 大宗交易 ■ 服饰 ■ 医疗康养 ■ 旅游产品 ■ 蜂产品

会员情况



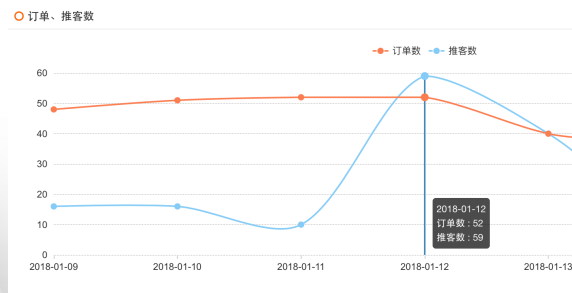
平台会员

会员累计：518596人
产生佣金：275134笔
提现佣金：8539次



会员现状

推客现状



推客会员

会员累计：211895人
推客订单：61079笔
产生佣金：151514笔

平台会员发展势头良好，不仅是林业局的职工参与，全国的社会人员也参与其中。不仅实现了森工全员营销，更实现了林产品和森林旅游的全民营销。

页面访问情况

页面二级类型	合计
分店主页	9,999,263
推客中心	6,481,710
单品	2,546,500
个人中心	1,996,154
分类列表页	1,810,185
特色活动	1,784,923
商店主页	667,021
订单列表	573,236
订单详情	355,509
账户余额	281,881
全部列表页	179,502
搜索结果页	136,222
其他	128,482
支付结果页	64,314

购物车	50,981
文章推文	36,402
新上商品	33,085
最近浏览	29,839
地址管理	28,085
退款页	18,560
推客申请	13,592
竞拍	13,292
拼团3.0	12,679
用户积分	12,420
优惠券	11,089
众筹	5,864
订单评价	4,677
夺宝	4,575
拼团2.0	2,006

佣金排名前十

推客用户ID	推客小店名称	合计
134716492	紫洁的小店	20,800.76
133857103	穆棱林业局的小店	19,293.07
133838837	柴河林业局的小店	18,897.94
135785201	顺流逆流的小店	14,711.32
133470669	东京城林业局的小店	13,279.57
134506780	张春梅的小店	12,672.06
133845799	通北林业局的全员营销商城	11,685.1
131608290	太阳的全员营销商城	10,076.99
135931001	时光追忆的小店	9,188.17
140887635	月光宝和的小店	7,900.98



全员营销平台在销售林产品和旅游景区门票的同时，还为林区职工带来额外的佣金收入。不仅推广了森工的产品和景区，还提升了部分员工的收入。带动了部分员工就业。

各品类销售情况

地方特产	东北	支付金额（商品）	18,251,023.42	虚拟商品其他	入场券	支付金额（商品）	3,579,262.65
		支付商品件数	92,131			支付商品件数	55,073
		件均支付额	198.1			件均支付额	64.99
		客均支付商品件数	8.49			客均支付商品件数	31.65
		件数支付率	50.88			件数支付率	61.13
		支付商品单品数	161			支付商品单品数	34
		商品单品平均支付额	113,360.39			商品单品平均支付额	105,272.43
						商品单品平均购买件数	1,619.79
粮油调味	米面杂粮	支付金额（商品）	17,373,758.13	休闲食品	坚果炒货	支付金额（商品）	636,213.74
		支付商品件数	32,672			支付商品件数	9,072
		件均支付额	531.76			件均支付额	70.13
		客均支付商品件数	6.74			客均支付商品件数	2.41
		件数支付率	48.08			件数支付率	56.76
		支付商品单品数	63			支付商品单品数	36
		商品单品平均支付额	275,773.94			商品单品平均支付额	17,672.6
		商品单品平均购买件数	518.6			商品单品平均购买件数	252
		浏览商品单品数	68			浏览商品单品数	38
		人均浏览商品单品次数	2.22			人均浏览商品单品次数	1.81
		商品单品浏览支付率	92.65			商品单品浏览支付率	94.74

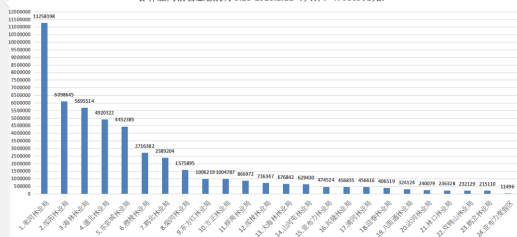
日统计表

A森工紧急工作群 (12)



优乐谷新宁

各林业局销售金额排序5.18-2018.1.11 (共计: 47080901元)



优乐谷新宁

各林业局分销售人员数量排序5.18-2018.1.11 (共计: 182513人)



平台即上线起每日发送日报表，实时了解平台运营情况。平台上线至今累计发送报表日1200多个。每周形成分析报告指导营销策划，月总结报告分析运营情况，累计发送总结报告60次。实时掌握平台动向，并总结问题，提出问题，改正问题。一步一步完善平台建设与发展。

活动设计



平台上线至今共计设计并举办了32场活动，5.18上线活动、7.20松茸节活动、大闸蟹预售活动、双十一活动、双十二活动、0.5周年庆活动、元旦活动、各林业局专场活动，每次活动都取得了显著效果。是黑龙江省目前微信商城活动力度最大，举办次数最多，效果最好的平台。

双十一活动策划

购物 半价狂欢
11.09 09:09

购物 复购专场
11.10-11.12

11.11 LET'S 购
森林食品特价抢购
品质保证，吃的健康玩的开心
抢购 买赠 包邮 复购
商品买赠 限时特惠

购物 赠ipad 11.07
截止11月07号24:00，购买金额最多者得ipad一部

甘沟 矿泉水 38元 30.8元 低价抢购	新米上市 2.5kg 65.9元 立即购买
鹤林蓝莓酒 买四赠一 立即抢购	鲜果猪蹄 162元 142元 立即购买
迎春黑蜂 138元 56元 低价抢购	每日坚果 复购 119.5元 立即购买
锦鲤拼插玩具 赠胶水 立即购买	香酥煎饼 44.9元 立即购买

赠ipad活动截止到11.07晚12:00哦!!!!
活动产品购买金额最多者**赠ipad**
品质保障，放心购买

11.11 提前购
龙江森工全民营销平台重磅活动
11.07当日购买活动产品金额最高者
赠ipad一部

11.11 提前购
龙江森工全民营销平台重磅活动
1.1元 秒杀

龙江森工全民营销平台
中国首家森林食品分销平台

双十一活动提前1个月预热，让之前的老客户参与。并设置了多个活动，累积送出Ipad10部。设置秒杀、半价、拼团、砍价等活动，双十一期间累积成交金额：1689万元，整个11月份累计成交金额1960万元。

双十二活动策划



满减优惠啦!

双十二

12.11-12.18
半年庆

活动说明:

- ① 下单立减1元
- ② 每单满100元减10元
- ③ 每单满500元减50元
- ④ 每单满1000元减150元

活动小提示:

- 1、活动方式①, 每单支付时只可使用一次(即每单只可减1元, 不可重复使用)。
- 2、活动方式①与活动方式②(或③或④)可同时使用。



双十二继双十一后, 对每个消费者发送了优惠券。并发送了双十二活动内容, 让双十二活动持续销售。双十二期间累积成交金额1100万元, 整个十二月份累积成交金额1970万元。

海报设计



平台上线至今共计设计了42张节日海报，每款海报都在微信公众号发布展示。及体现了企业形象，更宣传了森工全员营销平台。喜迎十九大、国庆节、感恩节，每个节日问候，都让每个消费者感觉到森工全员营销就在您身边。

平台运营成长轨迹



五月份是平台的起步期，主要完善店铺页面和宝贝页面；六月份进入磨合期，活动准备与运营计划执行；第七月份、八月份、九月份、十月份进入了持续稳定期；十一、十二月份迎来了爆发期。

营销案例（1）



通过中央电视台快速将我国最大的五味子种植基地传播出去，7天网上营销累积成交金额500万元
据线上线下统计每斤价格80元，为历史上最高价，林区职工由此增收800万元。

营销案例（2）



南有阳澄湖，北有沙河蟹

沙河蟹预售

方正林业局9.16-10.15

龙江森工全员营销平台



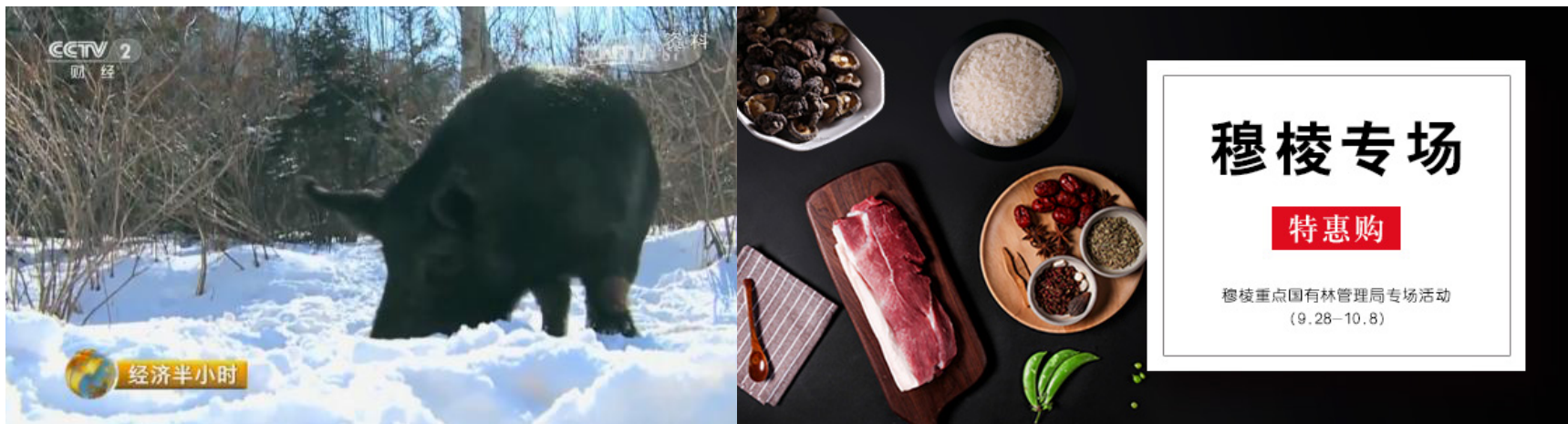
林蟹到

预售 · 方正林业局

生鲜分享可追溯的沙河蟹

挖掘沙河蟹独特卖点：方正林业局沙河蟹年产量仅为4-5万斤，体积比阳澄湖大闸蟹略小，味道更鲜美，成长环境更纯天然，我们制作了微营销进行推广。累积成交订单13000笔，累积成交金额200多万元，售价提高了60%。

营销案例（3）



提炼黑猪肉卖点：

- 1:成长环境好
- 2:成长周期长
- 3:无饲料，纯天然
- 4:肉质鲜美，有劲道
- 5:价格高，有道理

为了推广“森林猪”我们建立了溯源体系，把森林猪的生产与成长环境展现给大家，同时与顺丰冷链物流合作，让鲜美的黑猪肉快速走进全国百姓餐桌。活动累积时间10天，累积成交订单7202笔。成绩成交金额1276358元。全年订单不断，订购好评率100%。

营销案例（4）



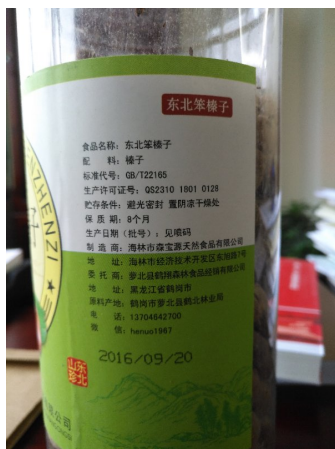
传统购销模式中，消费者很难购买到新鲜松茸，我们开展了全国首个“互联网+松茸节”，在网上开展预售活动，与顺丰合作，两天送达，松茸在平台上售价为460元/斤，是往年售价的一倍。一上架即被抢购，累积销售订单5450笔，累积成交金额258万元，培养高端消费群。

营销案例（5）



森工桦南林区，一直为韩国、日本提供紫苏原料，和老鼎丰合作开发紫苏月饼，原料纯天然口感好，吃不腻，中秋节前3周上市，前期生产28000斤月饼销售一空，甚至出现断货脱销情况、工厂加班加点生产，累积成交订单30000多笔，成交金额100多万元。进而又开发出了紫苏汤圆、紫苏鸡蛋等系列产品。

营销案例（6）



质量是平台的生命。平台刚开始运营期间，个别厂家销售临期产品，我们及时收回所有产品，对消费者进行补偿并给予产品下架处理。进而出台了最严格的质量管理办法，对平台上架商品采取了“封样”、“抽检”，实行对投诉产品无理由退换货原则，第一时间给予客户补偿。对被投诉三次以上的产品，给予下架处理。保证了平台产品质量的可靠性，维护了平台声誉，保障了消费者的权益。



05

全员营销平台总结

1:经验分享
2:未来愿景

3:森工电商战略布局

工作总结

国内访客



通过访客数据分析，能更好的了解林产品的全国销售市场。同时也能更好的了解市场需求，未来森工在林产品的市场开拓及广告投放有了更准去的评估。

平台上线至今国内访客：2718187人。访客来自全国34个省市自治区。

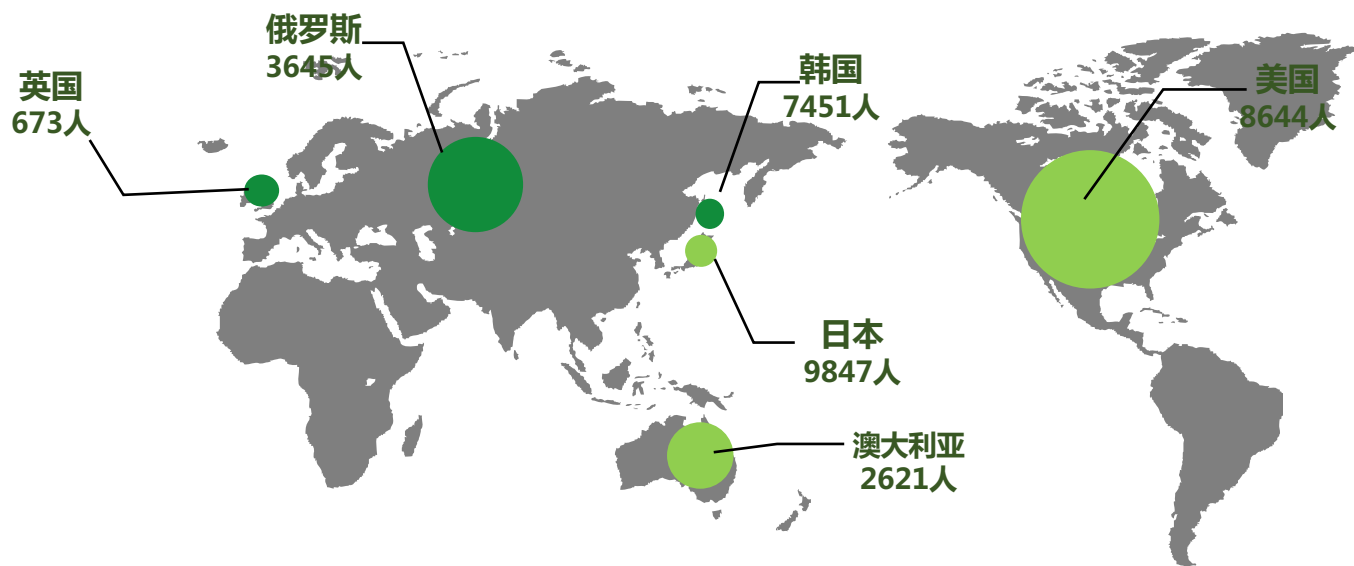
黑龙江访客排名第一16426923人，山东访客排名第二877244人，北京访客排名第三678347人

辽宁访客排名第四482574人，河北访客排名第五3333212人，广东访客排名第六251359人

江苏访客排名第七236003人，浙江访客排名第八194350人，上海访客排名第九179421人，吉林访客排名第十137451人

工作总结

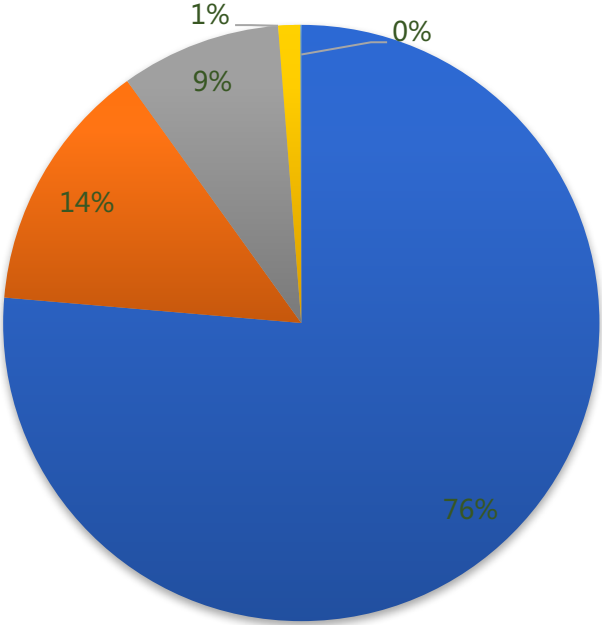
国外访客



平台于2017年5月18日上线至今：访客来自全球数200多个国家

其中日本访客9847人	美国访客8644人	韩国访客7451人	俄罗斯访客3645人
澳大利亚访客1621人	香港访客1562人	加拿大访客1028人	新加坡访客972人
台湾访客822人	英国访客673人	德国访客612人	意大利访客562人
法国访客499人			

访客路径



■ 朋友圈分享 ■ 群聊转发 ■ 好友聊天 ■ 收藏人次 ■ 好友文字连接

消息来源	合计
朋友圈分享	6,712,627次
群聊转发	1,209,583次
好友聊天	792,315次
收藏人次	109,621人
好友消息文字链接	3, 990

流量价值相当于在微信端投入
广告费用约：2200万元

平台推客情况



平台于2017年5月18日上线至今
合计分销人员---**211943**人

林业局分销人员

2017年5月18日平台上线之初，各林业局就积极的展开了对平台的推广，从自己做起，进而带动身边的人，到目前为止各林业局分销人数已达到**168372**人，占平台总分销人数的79.44%。

直属单位分销人员

2017年7月份开始设置直属单位合伙人账号，自此开始直属单位也逐渐开始对全员营销平台进行推广，截至目前，直属单位分销人数已达到**8799**人，占平台总分销人数的4.15%。

其他分销人员

除各林业局和直属单位以外的分销人员总数已达到**34762**人，占平台总分销人数的16.41%。

首页设计



第一版



第二版



第三版



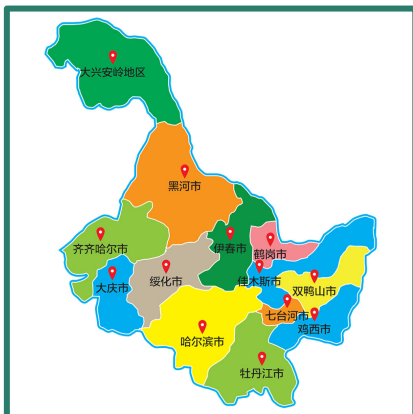
第四版



第五最新版

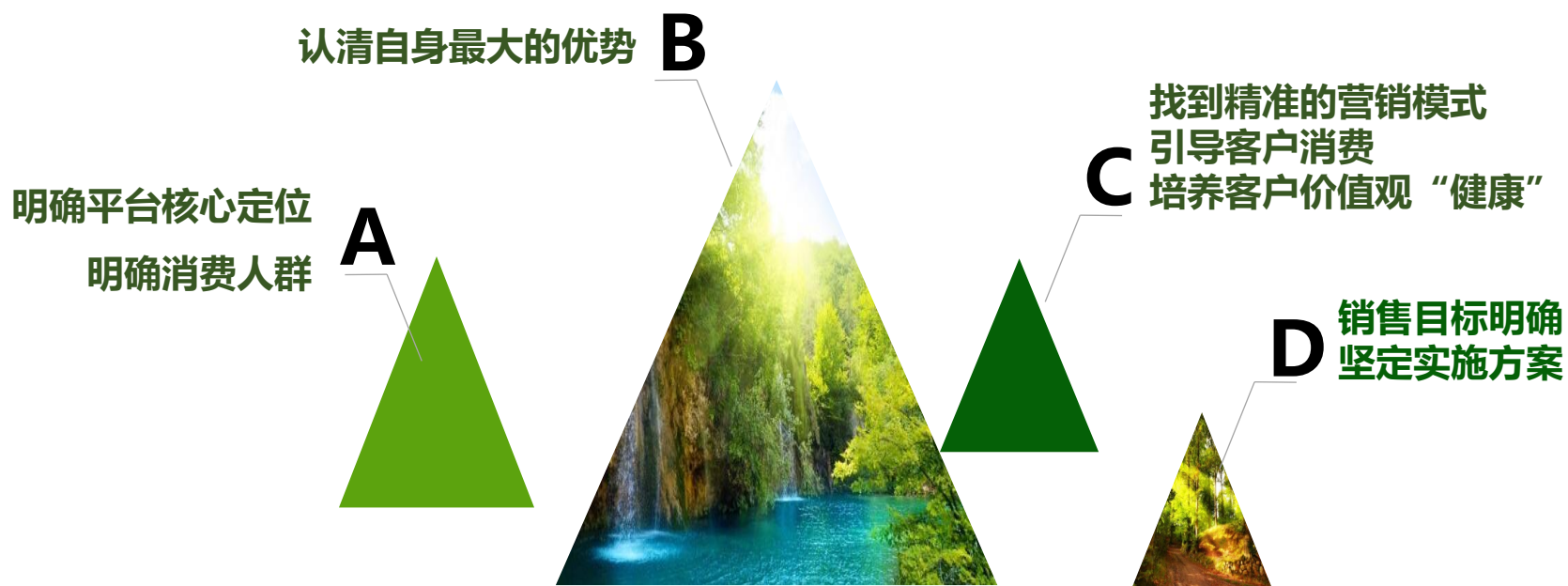
平台上线至今改版4次，调整页面布局13次，内页调整21次。

取得的成绩

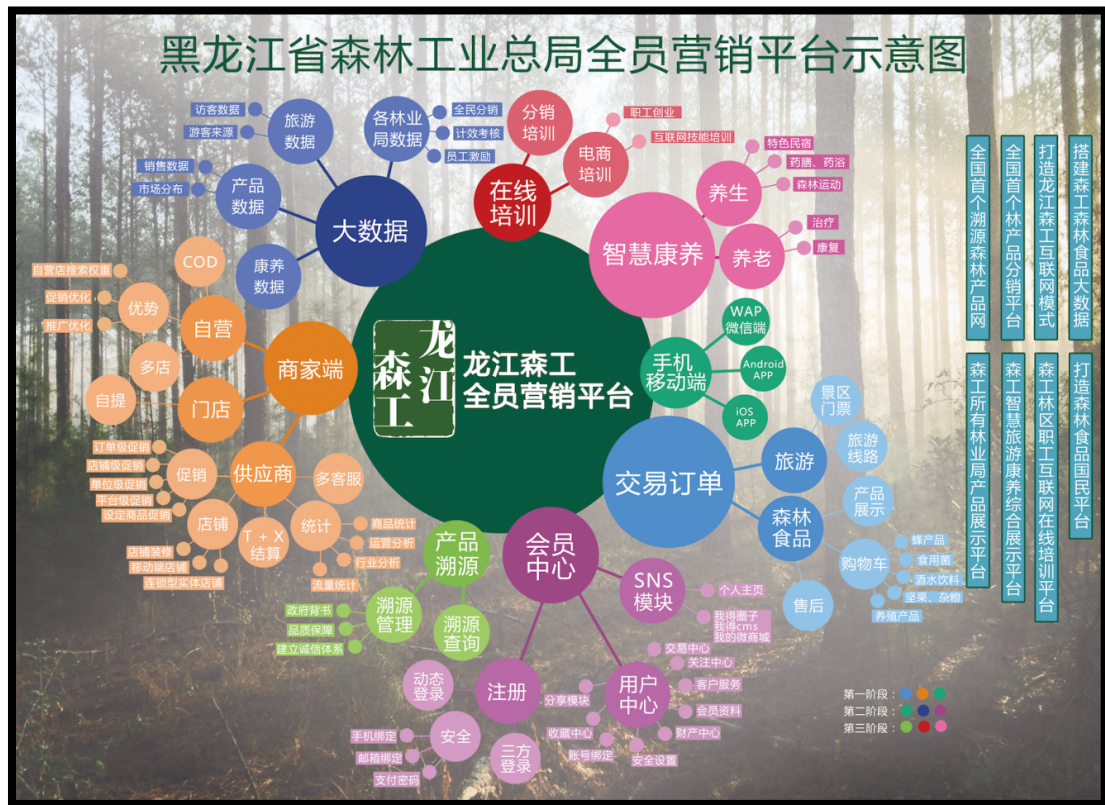


- ◆ 黑龙江省微信商城流量排名第一
- ◆ 黑龙江省微信商城访客排名第一
- ◆ 黑龙江省微信商城分销商人数排名第一
- ◆ 黑龙江省微信商城订单量排名第一
- ◆ 黑龙江省微信商城销售额排名第一
- ◆ 2017年点点客平台流量全国第一
- ◆ 2017年点点客平台访客全国第一
- ◆ 2017年点点客平台订单量全国第一
- ◆ 2017年点点客平台销售额全国第一
- ◆ 2017年点点客平台分销商人数全国第一

经验分享



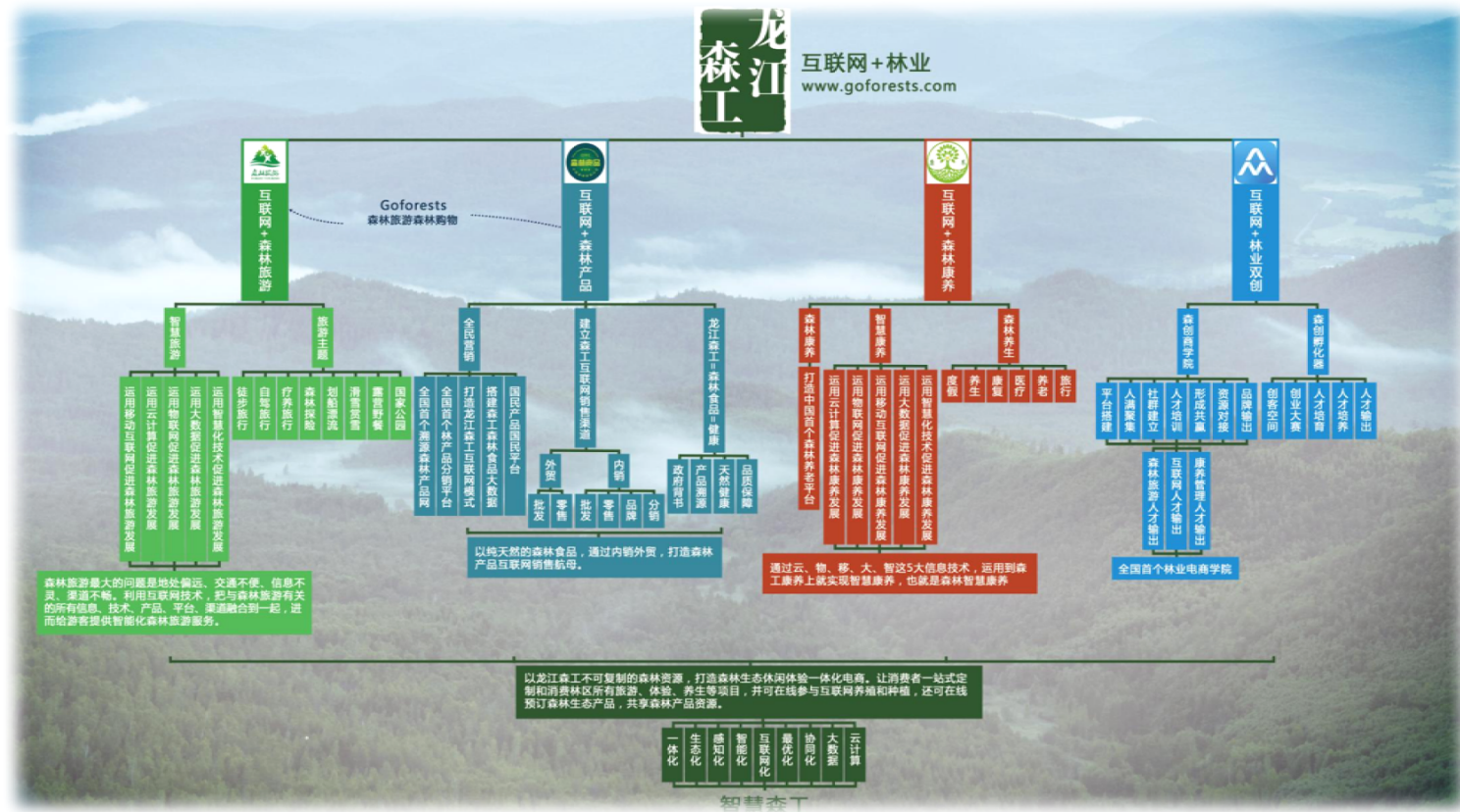
平台愿景



全员营销平台微信端，只是森工发展电子商务的一个开始。18年在电脑端、移动端、APP端为消费者服务。

“森工=森林食品=健康”理念为核心，不忘初心，让全国消费分享国有健康资源。

森工电商战略布局





THANKS

谢 谢 聆 听

韩东安