

ChannelAdvisor品牌分析

多渠道品牌的在线零售业绩

品牌如何在网上零售渠道获得更大的成功？

作为一个通过零售商网络进行在线销售的品牌，你很容易觉得业绩是你无法控制的。但是，在销售、利润和品牌认知方面，品牌可以做很多事情来最大化这些渠道的成果。

在ChannelAdvisor，我们相信成功的品牌会积极主动地优化其间接在线渠道的表现。

但在广泛的分销网络下，品牌需要专注于重要的领域。我们把这些称为电子商务绩效的四大支柱。



品种和存货



价格和促销



搜索和数字货架



内容和评论

ChannelAdvisor品牌分析。为绩效而调整组织结构

品牌分析使用了多年的在线零售专业知识和一套工具，以保证各个层级都保持对重要数据的关注。



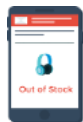
执行记分卡 让高层管理人员直观地了解当地团队在各自区域内对每个支柱的执行情况，并制定一个明智的战略。它是高度可定制的。



在线仪表盘 允许当地团队和客户经理可视化的访问他们所需的细化数据，以管理零售商的日常关系。



出口和摘录 可以下载并在整个组织内共享，以跟踪各时期的业绩，并为零售商和产品线制定基准。



电子邮件通知 与我们的频率监测能力直接挂钩，以提醒团队和客户经理应该立即处理的影响收入的事件。

想讨论一下这如何能帮助推动你的业绩吗？

今天就预订ChannelAdvisor品牌分析的演示！

主要特点

高频率

品牌分析每天多次检查零售商的PDP，以衡量价格、库存水平、新评论...

成熟的框架

品牌分析追踪与您的品牌在在线零售环境中的表现高度相关的关键绩效指标。

共享的成功模式

品牌分析的订阅带有一个专门的客户成功经理，可以指导您的在线零售业绩之旅。

快速和准确的设置

我们利用专业知识和人工智能技术的完美结合，确保我们在创纪录的时间内建立准确的仪表盘。

覆盖全球

品牌分析与全球3000多个零售点兼容，确保所有地区都能使用同一解决方案。