

2 минуты назад

Партнеры Tmall L'Oréal используют потребительскую аналитику рынка красоты в Китае на основе данных



Электронная коммерческая компания Alibaba Group Tmall объединила усилия с L'Oréal China, чтобы использовать данные на китайском рынке.

В рамках партнерства бренды сосредоточатся на индустрии ухода за мужчинами и будут стремиться использовать потребительскую аналитику, основанную на данных.

Согласно официальному документу, совместно разработанному TMIC и L'Oréal China Consumer Intelligence Team, онлайн-продажи товаров для ухода за мужчинами увеличились более чем на 50% в каждый из последних двух лет.

В прошлом году 62% мужского пула потребителей в возрасте от 15 до 50 лет заявили, что они использовали средства по уходу за кожей лица, характерные для мужчин, что свидетельствует о широком доступном рынке товаров для ухода за мужчинами.

Стефан Риндеркнех, генеральный директор L'Oréal China, сказал: «Инновационный центр Tmall (TMIC), подразделение розничных инноваций Tmall, будет тесно сотрудничать с L'Oréal China, чтобы стимулировать подход «потребитель-бизнес» (C2B), основанный на понимании и тенденции, сформировавшиеся из более чем 600 миллионов клиентских баз на торговых площадках Alibaba. Мы были очень рады плыть по волне цифровой трансформации вместе с Tmall Alibaba Group.

«Будучи косметической компанией номер один на китайском рынке, L'Oréal China продолжит углублять сотрудничество с партнерами по инновациям на местах, чтобы раскрыть ценность анализа данных и создать ценность для наших потребителей. С нашей миссией «Beauty for All» и потребителем Нашей стратегической целью является наша конечная цель - предоставить индивидуальные продукты, услуги и опыт каждому китайскому потребителю».

Ранее Tmall выпустила исследование поведения женщин- потребителей в Китае.

Ссылка на статью: [Партнеры Tmall L'Oréal используют потребительскую аналитику рынка красоты в Китае на основе данных](#)