

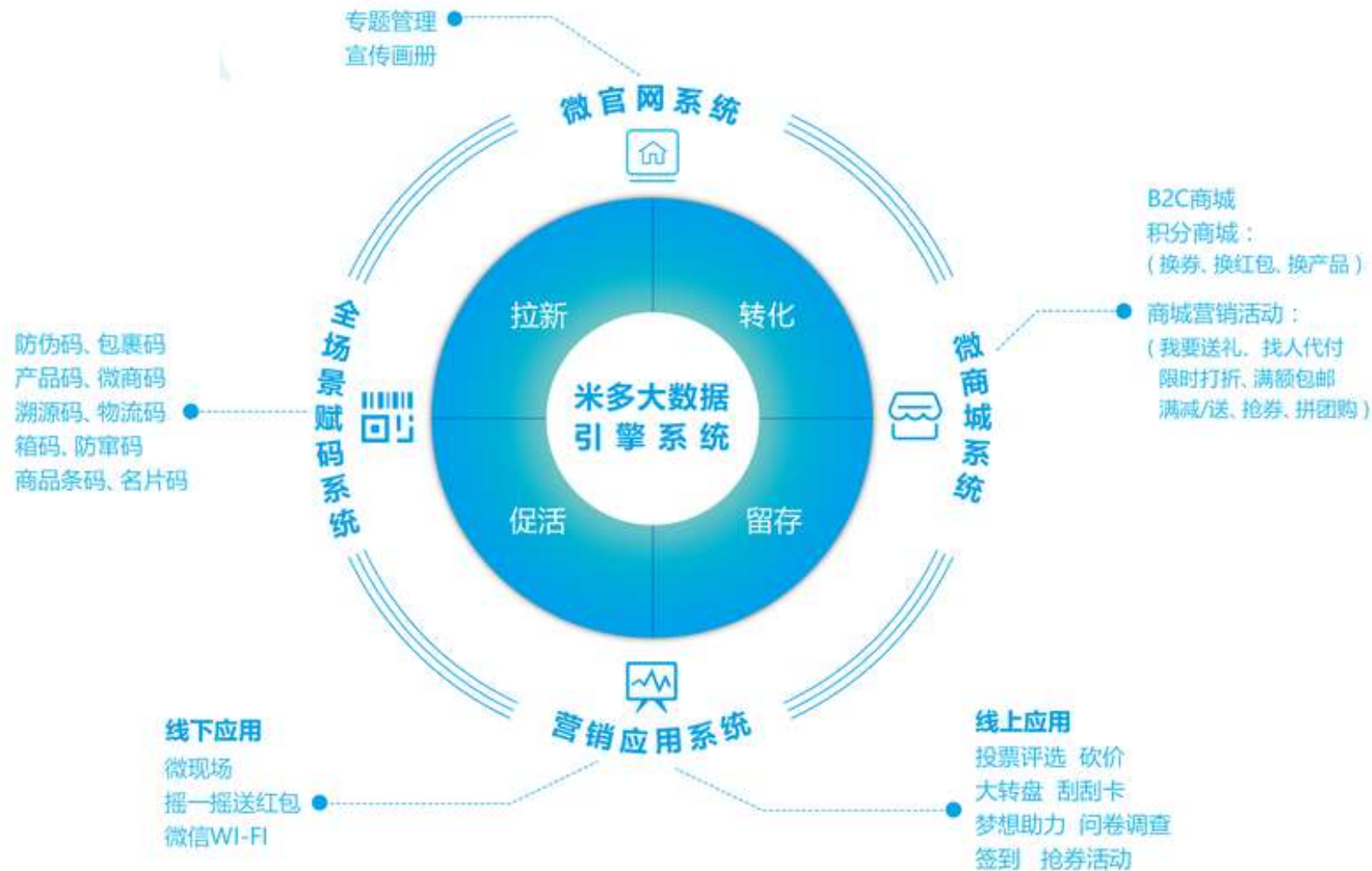
# 广州米多网络科技有限公司



- ◆ 公司网址：[www.weixin12315.com](http://www.weixin12315.com)
- ◆ 微信公众平台：米多大数据引擎
- ◆ 参选类别：年度最具突破力移动营销公司

- 广州米多网络科技有限公司于2014年5月成立，致力于帮助传统企业完成“新零售转型”，服务的客户包括茅台、韩后、维达等过万家知名企业。自主研发的“米多大数据引擎”是为传统品牌提供“以用户ID为中心”的大数据运营SaaS系统。凭借独创的“标识赋能”理念和“三重空码赋值”技术，给每一个商品赋上一个数字身份的智能营销“二维码”——米多金码。用户扫码实现了防伪、溯源等诉求后，品牌商也完成了数据的收集。之后，打通CRM、ERP等系统，使企业拥有“用户ID、产品ID、标识ID”三位一体的“活数据”。通过数据分析与挖掘为企业提供用户画像、用户需求、营销效果等分析，完成数据管理的闭环，实现经营的全方位数字化升级。企业应用一年后普遍达到粉丝数增长100%以上，促销费用降低50%以上，销量提升10%以上的好效果。

所承诺的远不止于  
提升10%线下销量



# 应时势而生

顺应时势，大事可为。

然时势无常形，

倏忽东西，莫知其方，

唯智者可窥之。



# 坚守理念

有所为  
有所不为

以去中心化的思维  
打造去中心化平台

平台理念

米多理念  
MIDOO CONCEPT

成就客户 精准求实  
诚信共享 价值为本

服务理念

经营理念

无边界思维 粉丝化驱动  
阿米巴经营 大数据赋能

所争取的  
不仅是荣誉更是认可

# OUR HONOR 荣誉资质

## 广东重点科技类企业

- 广东省高新技术企业
- 广州市科技类重点扶植企业
- 广东省质监局战略合作企业
- “广东名牌产品”防伪鉴证唯一技术合作商

## 微信高级授权服务商

- 微信公众平台平台第三方高级接口开发商
- 微信支付第三方高级服务商
- 三大“企业级移动互联网整体解决方案提供商”之一

## 行业奖项

- 2016-2017年度优秀大数据应用案例奖
- 2016年中国商业模式大赛“最佳客户价值主张奖”

## 行业协会战略合作企业

- 中国电商业协会营销委员会常务委员单位
- 广东省美协微商委员会战略合作单位
- 广州电子商务行业协会理事单位

# 创新足迹

LNNOVATION&FOOTPRINT

米多网络以创新为本，以产品研发为立足之基，目前组建了一支充满朝气与活力的80/90后互联网团队，技术研发人员占80%以上，核心技术骨干均来自BAT等互联网公司，且拥有5年以上互联网产品开发经验。米多保持着每周功能上新、每月新产品上线、每6个月产品迭代的创新步伐，不断优化升级，带给用户最佳的使用体验。



2015.10

- 微商城顶部+底部信息展示  
促销管理功能升级
- 互动活动管理中心优化升级

2016.01

- 问卷调查功能上线
- 产品码再次升级  
满足多种结果推送需求

2016.06-08

- 防伪码V4.0上线  
提升防伪安全系数和消费者  
可信度
- 微商控价管理上线
- 会员CRM更新

2016.11-12

- 名片码上线  
为品牌商提供一套线上管理  
员工名片的解决方案
- 导购码上线  
增加导购员申请、审核、  
管理功能,完善平台渠道体系

更多产品敬请期待……

- 抢券活动功能上线
- 投票评选功能上线
- 微商城商品规格、标签、  
积分换购功能优化

2015.11-12

- 云码系统上线
- 数据中心优化
- 防伪扫码活动分码项目活  
动上线
- 箱码功能上线以及米多开  
放接口上线

2016.03

- 溯源系统基础版上线  
解决种子行业需求,符合  
国家政策
- 子账号管理v1.0上线  
增强商户帐号的安全性  
防止商户的帐户机密信息  
泄露

2016.10



# 全场景赋码理念

## —万物互联的世界

### 互联网的发展历程

- 互联网1.0是一种“连接”的技术工具，带来了行业层面的高速发展，可称之为消费互联网。微信的出现，代表着连接生态全面走向成熟，并最终倒逼品牌制造业由“以产品为中心”向“以客户为中心”转型，即由“物以类聚”向“人以群分”转型！
- 互联网2.0是一种通用的先进方法论，带来产业层面的转型升级，可称之为产业互联网。未来十年将是中国产业级互联网应用的全面爆发期，以二维码为入口的“全场景赋码”理念将成为传统企业重构再生的基因，并最终形成天地万物互联的物联网世界！
- 互联网3.0是一种新商业文明的价值观，推动了透明、分享的社会大变革，可称之为社会互联网。

### 解读全场景赋码

在互联网语境下，场景是指生活中特定的情景及其延伸意义的总和，比如买东西，就是一个场景，又比如付款、查验商品真假、一场会议等，都可以理解为一个场景。米多全场景赋码，就是以微信公众号为载体，以二维码为核心、运用米多独创“三重空码赋值”技术对线下高频场景进行赋码改造的移动互联网整体营销理念，帮助传统品牌企业实现在不同场景下以大数据为基础的营销目的。

依此理念开发的“全场景赋码”整体解决方案，围绕着“增粉—黏粉—转化”的主线展开，包括防伪防窜码、产品码、溯源码、物流码、广告码等线下赋码产品以及微商城、三级分销、投票评选、每日签到、微现场、裂变福袋等微信端线上产品。它不仅能为品牌商实现产品100%防伪防窜货、提升线下渠道终端开箱率、提升线上线下所有消费者的复购率，而且还能有效帮助企业微信公众号实现引流增粉、互动黏粉、即时成交，构建线上分销体系和全员开店体系，最终让传统品牌企业实现线下销量提升、线上粉丝倍增，助力企业发展，分享移动红利！

## 赋码引流转化承诺 至少提升10%线下销量

在移动互联网时代，市场环境瞬息万变，更直接、更快速地与客户沟通互动，维持及提升品牌黏性，是传统品牌企业经营的迫切需求。米多发现，产品是满足这些需求的最佳载体，因为它是连接企业和客户的天然桥梁。米多巧妙地引入“场景”概念，运用二维码“三重空码赋值”技术进行场景改造，让企业的每一件产品通过二维码变身成为品牌的流量入口，实现终端防伪、产品促销、精准增粉、提高渠道终端开箱率等营销价值，以“四两拨千斤”的手法轻松聚合企业已有客户群体到公众号内，进而施展线上展示、互动、移动成交和分销等一系列线上组合拳，全面帮助传统品牌企业达成“线下销量提升、线上粉丝倍增”的目的！



# 赋码产品

## 扫码活动管理

允许商家自定义扫码奖励，红包、积分、购物券、话费、流量等可选奖励，让促销更有效



## 箱码

促进渠道终端开箱和终端陈列，提升购买机率  
主要形式有箱码、箱标等



## 产品溯源码

扫码可直接查询产品原材料、产地、批次等详细生产信息，快速追溯原产地  
形式主要有瓶码、印刷码



## 物流码

扫码查询产品出入库、物流等完整信息  
形式主要有瓶码、印刷码



## 防伪防窜码

将产品与企业信息绑定，实现100%产品防伪和精准增粉，并可识别扫码区域，实现终端防窜形式主要有瓶盖码、印刷码



## 产品复购码

扫码直达购买页，促进二次销售，让老客户不停买买买！  
主要形式有喷码、印刷码



## 促销码

与微信红包打通，让消费者扫码领取红包、积分、购物券、话费、流量等奖励，让促销更有效形式主要有瓶盖码、印刷码



扫码体验



## 源于深刻洞察 自然非同凡想

“全场景赋码”源于对传统品牌企业营销需求和移动互联网趋势的双重洞察。它为传统品牌企业量身定做，与市面上现有基于微信端的移动营销方案有根本性区别，更符合品牌商的线下整合需求；同时又迎合了移动社交电商的粉丝聚合和沉淀需求，各种丰富的微信粉丝运营工具帮助企业高效地达成粉丝营销目标。

### 米多全场景赋码与同类平台的区别

	米多网络	同类平台
专注服务对象	传统品牌企业	生活类O2O、中小电商等
是否截留会员	不截留，所有会员完全属于商家	会员截留在平台，商家无法沉淀粉丝
资金是否安全	资金放在商户的微信平台，绝对安全	资金不一定放在微信支付平台
O2O打通方式	不经米多平台，即时入账，0资金压力	T+N,款项需经平台，结算周期长
能否防止线下窜货	以二维码方式打通，全场景赋码	其他方式
是否支持三级分销	可以，支持查看商品销售区域	不支持
商家掌握数据程度	支持，可以一键分销	部分平台支持
大数据分析精准度	商家掌握完整会员、销售等数据	数据属于平台，商家只能有限使用
互动工具丰富度	几十种互动工具，非常丰富	商家掌握部分数据，精准度不足
增值应用特征	可以由企业根据场景需求自行向客户发送微信红包、话费、流量、购物券等	不支持



## 米多“全场景赋码”对传统品牌企业的价值

- 1 实现场景目的** 将防伪等二维码贴在产品上，消费者扫码即可快速实现防伪查验、产品复购等场景目的，同时为企业实现产品防窜，优化销售渠道。
- 2 有效提升销量** 使用米多线下赋码产品，米多网络承诺可帮助品牌企业至少提升10%的线下销量。
- 3 打造流量入口** 二维码与产品结合，将品牌商的每一件商品都变成专属流量入口，让企业成功进入消费者手机，助力移动营销。
- 4 真正沉淀粉丝** 所有粉丝都直接引流到品牌商的公众号里，真正属于品牌商，与大商城平台的做法截然相反，真正的去中心化。
- 5 积累用户大数据** 用户的消费、分布、偏好、活动参与等多维度数据都被完整保存，供品牌商使用，为企业决策提供有力的数据支持。
- 6 助力品牌营销** 与其他只有线上营销的系统不同，米多的全场景赋码以二维码打通线上线下，帮助传统企业实现快速接入移动互联网、分享移动红利，助力整体品牌营销。

## 以用户价值为依归 是我们的“终极使命”

米多帮助品牌商在“每个商品”贴上“智能营销二维码”，用户只要扫码企业即可获得“精准粉丝”。在“红包诱惑力”下，将智能营销二维码改造成成了一个粉丝收集的入口。消费者“扫码得红包”，微信红包、礼品、积分等促销奖励实实在在用在消费者身上，避免了促销费用被渠道截留、被浪费。用户得实惠，就有了购买的冲动，买的越多，得到越多。

利用米多的“一码多奖”，搭建粉丝社群营销，消费者“扫码得红包”，用户只要分享既可赚取积分抽大奖，分享者和被分享者都能得奖励，双双获利调动了粉丝分享的积极性，一个精准粉丝就带来了9个潜在用户。

品牌掌握用户数据后进行分析，可详细准确知道每个推广渠道的准确投入和产出比。分析多少粉丝是来自于这次的活动，这次的活动又有多少的转化率，让砸出去的钱看得见回流，看得到成效。“米多大数据引擎”的一物一码，不仅帮助产品防伪溯源，更主要是帮助产品的销售和销售后的数据分析。



## ■ 促活篇（签到 积分商城等）

### 小糊涂仙商城签到黏粉案例

2016年春节期间，国内知名白酒品牌小糊涂仙使用米多签到功能，通过线上连续签到获取红包、积分、购物券等方式，有效激发粉丝参与签到热情，单日最高签到突破50万！



### 君子泉筹积分商城黏粉案例

米多积分商城允许用户自定义纯积分、积分+现金等多种兑换方式，给品牌商的粉丝更多兑换选择，更利于刺激粉丝获取积分的积极性，增强粉丝黏性。米多用户君子泉酒业、皙肤泉品牌等利用积分商城，增强粉丝互动，完善的积分兑换体系大受粉丝欢迎。





## ■ 拉新篇（投票评选）

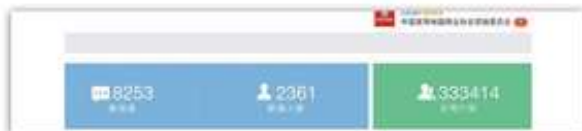
### 广东质监局投票增粉案例

2016年3月，广东质监局使用米多系统举办2015年广东省名牌产品网络人气之星投票评选，活动共设置13个行业参选（左图为13行业中的轻工业类行业评选），获得千万次曝光，为主办方增加100多万粉丝，增粉效果显著。



### 中国家电协会投票增粉案例

中国家电商业协会营销委员会·慧聪网使用米多投票评选功能，在2016年3月举行普拉格·大家奖年度网络评选，本次评选活动由六场分项投票活动组成，吸引包括格力、美的等中国知名家电企业参与。本次为期七天的投票，共获得65万次有效投票，263万次活动曝光，为主办方猛增34万公众粉丝！（右图为其中一场投票数据）







## 中泰品牌等微现场增粉案例

中泰品牌、华南狮子会等利用米多微现场活动，通过签到、嘉宾墙、上墙吐槽、抢红包、抽奖等互动项目，不仅让会议形式更潮更好玩，有效调动现场气氛，增强会场活跃度，还有效把参会人员集中到企业公众号，实现现场精准增粉！

扫描  
现场  
查看  
更多



## ■ 转化篇（微商城）

微商城，企业专属的线上门店



## ■ 转化篇（二维码之箱码）



### 九江双蒸酒箱码转化案例

2015年10月，九江酒厂利用米多箱码对“九江十二坊”系列白酒，在佛山地区开展箱码促动销效果试验。箱码主要用于促进渠道终端开箱和终端陈列。经过2个月的试验，单品“九江十二坊”开箱率提高50%，月均开箱高达160000箱，拉动销售2000多万！





## 独特价值 CORE VALUE

## 源于深刻洞察 自然非同凡想

“全场景赋码”源于对传统品牌企业营销需求和移动互联网趋势的双重洞察。它为传统品牌企业量身定做，与市面上现有基于微信端的移动营销方案有根本性区别，更符合品牌商的线下整合需求；同时又迎合了移动社交电商的粉丝聚合和沉淀需求，各种丰富的微信粉丝运营工具能帮助企业高效地达成粉丝营销目标。

### 米多全场景赋码与同类平台的区别

	米多网络	同类平台
专注服务对象	传统品牌企业	生活类O2O、中小电商等
是否截留会员	不截留，所有会员完全属于商家	会员截留在平台，商家无法沉淀粉丝
资金是否安全	资金放在商户的微信平台，绝对安全	资金不一定放在微信支付平台
O2O打通方式	不经米多平台，即时入账，0资金压力	T+N,款项需经平台，结算周期长
能否防止线下窜货	以二维码方式打通，全场景赋码	其他方式
是否支持三级分销	可以，支持查看商品销售区域	不支持
商家掌握数据程度	支持，可以一键分销	部分平台支持
大数据分析精准度	商家掌握完整会员、销售等数据	数据属于平台，商家只能有限使用
互动工具丰富度	几十种互动工具，非常丰富	商家掌握部分数据，精准度不足
增值应用特征	可以由企业根据场景需求自行向客户发送微信红包、话费、流量、购物券等	不支持

### 米多“全场景赋码”对传统品牌企业的价值

- 1 实现场景目的** 将防伪等二维码贴在产品上，消费者扫码即可快速实现防伪查验、产品复购等场景目的，同时为企业实现产品防窜，优化销售渠道。
- 2 有效提升销量** 使用米多线下赋码产品，米多网络承诺可帮助品牌企业至少提升10%的线下销量。
- 3 打造流量入口** 二维码与产品结合，将品牌商的每一件商品都变成专属流量入口，让企业成功进入消费者手机，助力移动营销。
- 4 真正沉淀粉丝** 所有粉丝都直接引流到品牌商的公众号里，真正属于品牌商，与大商城平台的做法截然相反，真正的去中心化。
- 5 积累用户大数据** 用户的消费、分布、偏好、活动参与等多维度数据都被完整保存，供品牌商使用，为企业决策提供有力的数据支持。
- 6 助力品牌营销** 与其他只有线上营销的系统不同，米多的全场景赋码以二维码打通线上线下，帮助传统企业实现快速接入移动互联网、分享移动红利，助力整体品牌营销。



# 目前主体营收结构



软件销售



年度服务费



增值服务

生码费

消费促销费用

渠道激励费用

礼品费用

广告费

...

## 核心优势

- 米多的产品一旦客户使用，通过二维码可以深度绑定企业，长效收益十分明显，后期衍生服务收益较高，服务所产生的毛利率超过70%。
- 重点行业实施方案及标杆案例初露峥嵘，用户口碑传播的影响日渐扩大。且与各省质监局、食药局、中科院等政府科研机构开展多项合作。
- 研发团队人数占公司总人数80%，产品理念与技术实现同行业领先，直接促成了老客户的口碑传播。产品竞争优势明显。

# 拥有战略视野 经验丰富的管理团队

## 4个核心基因：互联网、DT、传统品牌、电商

### 王敬华

#### 董事长兼CEO

美的集团前高管，长江商学院华商商业领袖班学员，米多大数据引擎系统首席设计师，上万家传统企业互联网转型教练。拥有十多年传统公司和电商公司的高级运营管理经验。

### 谢进凯

#### 销售副总裁

科密集团前营销总经理，自行创业五年，拥有丰富的营销管理经验。负责米多销售团队管理，凭借十几年的营销管理实战经验，为米多打造出一支能打胜仗、打硬仗的销售拓展队伍，为米多创造连续三年100%销售增长的优秀业绩。

### 卜沾元

#### 市场副总裁

资深品牌策划人，中国第一代网络媒体人，10年以上网络营销经验，曾主导多个品牌策略制定和市场推广战役，包括策划及辅导一家上市公司品牌。曾任职于奇虎360，搜狐视频，中关村在线，太平洋电脑网等知名企业。

### 余瑞鹏

#### 产品副总裁

近7年互联网产品和团队管理工作经历，对传统商户业务模式认识深刻，用户和产品有独立的见解。负责米多大数据引擎系统的产品设计及运营工作，信奉极简主义的产品理念，坚持以用户为中心。曾任皙肤泉化妆品电商平台前产品总监。

### 和江涛

#### 技术副总裁

作为华为云计算创始团队成员，曾任云计算构架师，高级规划师，在华为工作的16年间历经9年电信级产品，7年云计算iaas产品技术经验积累，深刻理解大规模分布式系统及公众服务，有深入的系统工程，软件工程成功经验。现负责米多大数据引擎系统的研发体系，注重质量，践行敏捷实践，精益求精。