

鑽飾商鋪大行其道，一般行銷策略未必能在業界中占盡優勢。MaBelle深明此道理，致力開拓新平台，為客人提供多元化的購物選擇。去年推出的fanShare手機應用程式，更是行內嶄新的行銷策略，除了直接購買產品外，還有多項優化功能，提供獨特的應用體驗。

MaBelle fanShare與客戶互動 非一般購物體驗



MaBelle是著名鑽飾品牌，業務遍及70個國家近400個城市，成績有目共睹。當世界進入電子化年代，每人手上都有智能電話時，該公司亦不想錯過機會，以fanShare追上潮流趨勢。不過，此應用程式並非單純網上購物平台，而是結合玩樂，分享及獲得資訊的綜合平台。

提供貼心客戶服務

MaBelle董事總經理馬衡指出，每逢節日都會向會員寄出優惠券，但發現每當需要使用時卻找不到或已過期，白白浪費折扣優惠。現在，所有優惠券都能自動集成到程式內，折扣金額及到期日一目了然，優化客人的使用體驗。

另外，MaBelle亦會在應用程式內定期推出「粉絲搶購」，讓會員用低於零售價購買鑽飾。「有時客人注重的並非貨品本身折扣的多少，而是在於『搶』的過程，讓客人覺得有趣味及刺激感，從而更多使用這個程式，慢慢建立更深的客戶忠誠度。」



MaBelle fanShare手機應用程式以提供資訊及玩樂為主，令顧客從中可以得益，深化客人的購物體驗。馬衡表示，這次獲獎是對MaBelle的客戶關係管理的肯定。

社交平台分享增曝光

MaBelle fanShare應用程式更連接各大社交平台，方便用戶將程式內看到的內容分享給朋友。「使用應用程式的大多為現有顧客，大部分都擁有MaBelle的飾物，對鑽飾質素毋庸置疑，經由他們分享給朋友，可信性最高。」fanShare就是透過用家分享去贏取口碑。

馬衡補充，這個應用程式特別適合女士使用。「女士喜歡與好友分享首飾心得，又會相約一起購買，『分享按鈕』可簡單地滿足她們的需要。可先在程式中找尋喜歡的首飾，再分享給朋友，朋友透過分享資訊得知產品，若果覺得有興趣，便可直接購買，省

卻不少逛街時間。」

建立應用程式另一目的是透過大數據分析，對客戶了解更多。但基於私隱問題，MaBelle並非針對個別顧客進行分析，而是按照年齡組別劃分不同組別，按搜尋及購物類別進行分析，針對不同年齡組別的喜好進行產品介紹，成效同樣顯著。

fanShare手機應用程式推出近一年，已有超過二萬五千個登記用戶，透過手機應用程式進行的交易金額亦按年有雙位數的增長，可見fanShare的確為MaBelle帶來更多商機，提升銷售額。MaBelle未來仍會投放資源在手機應用程式，完整顧客的購物體驗。



透過fanShare與朋友分享心儀鑽飾，更可以一起購買，深化客人的購物體驗。

公司簡介

MaBelle本著「萬千款式·與別不同」的理念，為顧客提供優質鑽飾。由青春少女，以至成功女士，都會因為不同的品味及需要，設計出過萬款潮流鑽飾。MaBelle更致力提供優質服務質素給予客人，透過優化手機應用程式及網上購物平台，為客人帶來非一般的購物體驗。

MaBelle
It's Diamond. It's Different.