

COZY EARTH通过DOMO科学采购

COZY EARTH

“

“Domo是我们日常做出正确决策的关键。”

-Tanner Lamb, Cozy Earth的首席财务官



行业

制造业

DOMO用户

75

影响

将数据置于业务的核心位置。

产品

BI & 分析

改进需求预测



“使用Domo，收集和共享数据变得非常容易。我在Domo中建立了库存模型，可以为下一个采购订单提供建议的库存数量。我可以在几天内下订单，而不是花几周的时间。”

- TREVOR FERNSTROM,
FP&A ANALYST

Cozy Earth致力于帮助人们在合适的温度下入睡。他们的产品柔软舒适，Cozy Earth连续四年被列入Oprah最喜欢的物品清单。

得益于顾客的口碑和Oprah的代言，Cozy Earth在过去三年里增长了20倍。为了在管理和增长过程中充分利用数据，Cozy Earth依赖于Domo。

Cozy Earth的首席财务官Tanner Lamb表示：“Domo是帮助我们每天做出正确决策的唯一工具。我们非常幸运拥有一个可以每天更新的工具，以获取我们需要做出决策所需的数据。”

数据预测

由于Cozy Earth的产品是由竹子制成的，所有的原材料和最终产品都来自亚洲。收割、碾磨、缝纫、整理和运输都必须在最终产品进入商店前9个月完成，这就要求Cozy Earth在预测方面非常准确。如果订购太多，可能会把宝贵的现金套牢在卖不出去的产品上，而订购太少则会让销售机会落空。



启用广告活动优化



“Domo最好的一点是我可以在一个地方看到所有内容。它为我节省了很多时间，因为我可以看到Facebook、Pinterest、Instagram、Snapchat和Tik Tok上的广告活动表现，并看到它们是如何协同工作的。”

- KATIE RUSSELL,
数字营销专员

“我们必须准确预测库存需求，因为库存会在很长一段时间内占用大量现金。”我们使用Domo来查看哪些产品的颜色和尺码需求大，当前的运输时间和季节性需求，并使用这些信息来预测我们需要购买什么，以便及时获得合适的库存，从而及时发布或补充我们的供应。”

在使用Domo之前，收集有助于预测的数据是一个复杂的过程。分析师必须访问每个独立的渠道，下载报告，将数据复制并粘贴到电子表格中，然后花费数小时处理数据，然后才能准备好供决策者使用。

有了Domo, Cozy Earth现在可以自动收集、清理和整合来自Shopify和第三方销售渠道、Facebook和谷歌等营销渠道、以及为其仓库和配送系统提供动力的供应链平台的数据。每个部门都可以利用数据，所有业务用户都可以在需要的时候访问数据，而不必等待几天才能得到报告。

Cozy Earth的分析师Trevor Fernstrom说：“有了Domo，收集和共享数据变得非常容易。我已经在Domo中建立了库存模型，它会给我提供关于下一个采购订单的库存数量建议。我可以在几天内下订单，而不是花几周的时间。”

智能优化营销推广

除了帮助公司智能地订购产品外，Cozy Earth还使用Domo在数字营销中做出明智的决策，包括决定优先考虑的社交渠道，以及推广哪些产品。

Cozy Earth的数字营销协调员Katie Russell说：“Domo最好的一点是我可以在一个地方看到所有内容。这为我节省了很多时间，因为我可以同时看到Facebook、Pinterest、Instagram、Snapchat和Tik Tok上的广告活动表现，并了解它们是如何协同工作的。”

通过分析每个渠道的活动表现，Cozy Earth的营销团队可以更深入地了解每天应该推广哪些产品，从而帮助其最大化广告支出的回报。通过看到特定产品的销售增长，比如在炎热天气中销售凉爽的床单，Russell能够快速优化广告活动，从而将更多的资金转移到推广床单。

将数据纳入产品开发决策中

“Domo帮助我们优化、制定预算和策略，以在每个渠道上创建广告活动。”

- KATIE RUSSELL,
数字营销协调员

“Domo帮助我们优化、制定预算和策略，以在每个渠道上创建广告活动，” Russell说道。

Cozy Earth还能够在Domo中收集和分享客户调查数据，这样营销团队不仅可以看到人们在购买什么，还可以了解到他们购买的原因，从而帮助团队通过突出最能引起客户共鸣的价值主张来优化广告内容。

Russell说：“这些数据帮助我们更好地向客户销售产品，更好地与他们接触，并真正从他们身上学习，这样我们就可以提高客户的终身价值。”

数据驱动产品开发

如今，Cozy Earth的产品开发团队使用Domo来确保其业务发展基于数据，而不是直觉。

“Cozy Earth的产品开发与设计专家Kelsi Hicken表示：“在我们推出产品之前，我们经常被问到的一个主要问题是，驱动我们做出决策的数据是什么。我查看了所有卖得好的尺码和颜色，以及卖得不好的产品，以确定我们应该进一步开发哪些产品。”

通过对产品进行SKU级别的跟踪，Cozy Earth现在可以轻松识别在整体上可能销售较好的产品，但可能有特定的尺码和颜色表现不佳。这种洞察力有助于确保公司只订购有限数量的不太受欢迎的尺码和颜色，特别是制造成本更高的大尺码。

“数据提供了答案。我们之前完全是在盲目订购，不知道SKU的表现如何，以及我们应该订购多少产品，”Hicken说道。“当我们知道产品在尺码和颜色层面上的表现如何时，它有助于我们做出明智的决定。”

