

# 康师傅畅饮社智能营销平台



- ◆ 所属类型：平台
- ◆ 开发时间：2020.9.1 (-至今)
- ◆ 参选类别：年度最佳移动营销服务平台

- 互联网红利开始从流量时代走向存量时代
- 兴趣消费、意义消费已经成为了年轻世代消费的关键词
- 颜值、性价比也是影响消费决策的重要因素
- 康师傅如何迎合消费者需求进行升级
- 深度传递品牌主张、把消费者转化成忠实用户？

- 快消品行业目前面临的挑战和困境:
- **3800万**私域流量不知如何消化? 无法进行促活、裂变、促成成交
- 如何撬动私域流量池进行裂变和转化, 是2021年度运营康师傅畅饮社的重要挑战!

## 01

### 私域流量信息发散

难以达到由“量变”引发  
“质变”

## 02

### 用户难以促活、裂变

品牌与用户互动少、难以留  
存

## 03

### 营销效果

营销成本高、流量难以变  
现

## 借助创造性、创新性手段，实现以下目标：

**促活** • 创意营销玩法，增强粉丝粘性

**裂变** • 提炼忠诚用户，创造用户驱动力

**成交及复购** • 提升用户价值，流量高效转化变现

## < 品牌营销策略思考 >

快消饮品固然拥有**高渗透、高冲动、高频次**特性

但无法触达消费者，无法精准营销激活复购

如何改变现状？

借助一物一码万物互联的特性，让商品成为品牌和用户的最好沟通桥梁，快速搭建品牌私域阵地，构建线上线下全链路数智化营销，借助“三高”特性快速圈层用户，扩大品牌影响力！



运营模型	用户获取 (Acquisition)	用户激活 (Activation)	用户留存 (Retention)	获得收益 (Revenue)	推荐传播 (Referral)
平台功能模块 + 资源	各省公众号矩阵	积分体系	异业合作资源	微信卡券	积分体系
	朋友圈广告投放		会员体系	B端直播	
	媒体平台分发		积分商城		
	免单好礼	游戏天地	勋章收集	康饮+电商	集卡游戏
	晒单抽奖	集卡游戏			集卡游戏
	福利领券	康粉圈			康粉圈互动
	短信及订阅触达				
产品生命周期	引入期	成长期	成熟期		衰退期

## 营销直达用户

品牌营销以产品为媒介定向用户曝光，提高营销针对性和有效性  
支持红包、实物大奖、积分、集卡、手气红包、裂变营销、组队、瓜分等多种营销工具

## 促销直达店主

箱子内外赋两个不一样的二维码，门店老板需破坏箱体，开箱扫码才能获得促销奖励  
帮助品牌触达门店，有效解决动销费用被截流、无法触达终端、自主营销效果等问题

## 用户沉淀转化

让购买不再一触即逝，以商品作为入口，引导用户一键关注公众号，实现私域流量扩容  
同时结合用户画像及优惠券等权益，引导用户回流，全面实现私域流量变现

## 产品防伪溯源

扫码即可追溯产品供应商、生产过程，提升消费者对产品信任度  
验证产品真伪，有效解决行业被仿制，增加消费者对品牌的信心

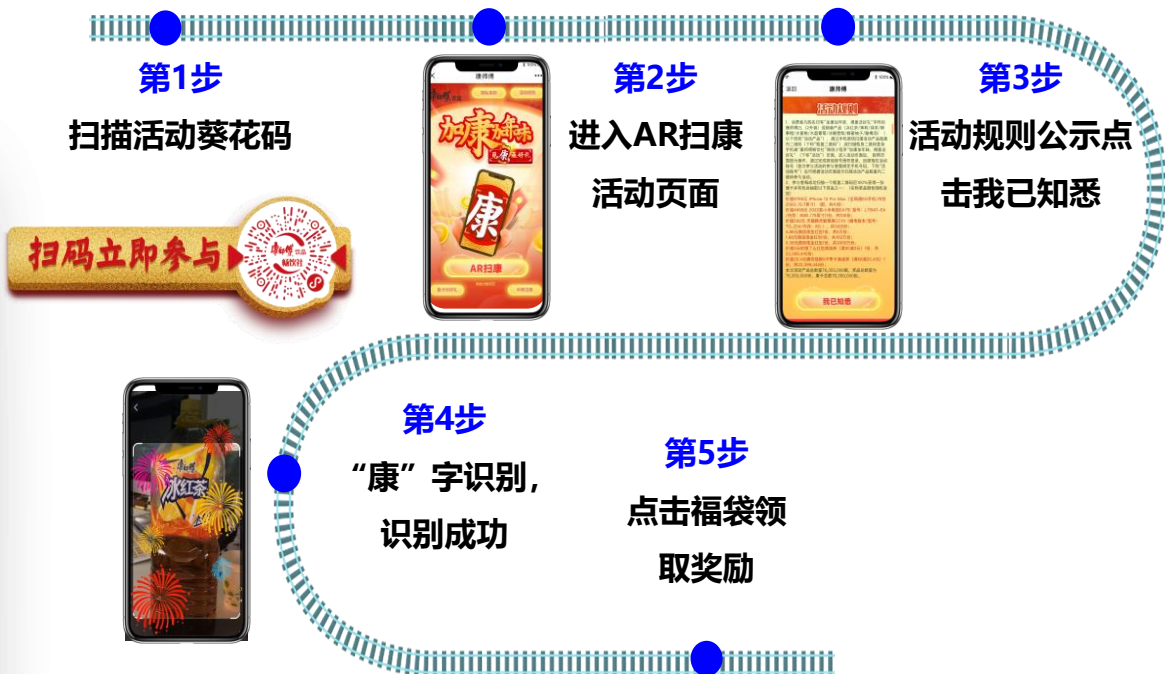
## 大数据捕捉信息，实现精准触达，扩大品牌声量



- 产线管理
- 物料管理
- 组织管理
- 人员管理
- 采集管理
- 采集设备监控
- 生产计划管理
- 产线产能分析
- 防伪管理
- 溯源管理
- 窜货管理
- 仓储管理
- 大数据分析



## 通过AR创新玩法扩大品牌声量，拉动畅饮社用户拉新和活跃增长



康师傅饮品围绕“加康加年味”这一理念，深度绑定综艺IP《集合！开心果》、打造创意短片、策划“见康赢好礼”AR活动、上线“康师傅饮品年味集市”小程序、整合微信朋友圈广告渠道，精准捕捉时下年轻人喜好，用“康”文化赋能品牌，为品牌理念构建传播基石。

### 项目成就



## 借助康师傅畅饮社，在内容和福利的驱动下，刺激现有存量带来新的增量

### 活动信息先发布

轮播Banner

定位门店

### 用户互动

积分玩法

### 串联线下渠道

促销优惠券

晒单/密令等线下活动



### 报名活动展示

- 全国性Event即时发布
- 新品上市及活动展开
- 粉丝大数据掌控及运用
- 首页自主发布区域重要信息
- 串联重点客户，引流线下消费
- 内容推广方式进一步线上化
- 优惠及福利领取平台
- 休闲放松时光
- 多活动统一入口，联动推广
- 促销活动实现线上线下打通
- 重要合作活动联合扩大传播
- 共享小程序大数据资源

### B/C端直播

## 联动线上线下，多渠道强化营销，精准推广，转化销量

### 线上引流

**会员营销**：联合客户会员系统精准推广

**代言人/区域性媒体及KOL运用**，提升话题影响力

话题炒作、跨界软文、H5互动、直播带货等多形式运用

**小程序公众号联合**，强化线上/线下引流

### 线下引流

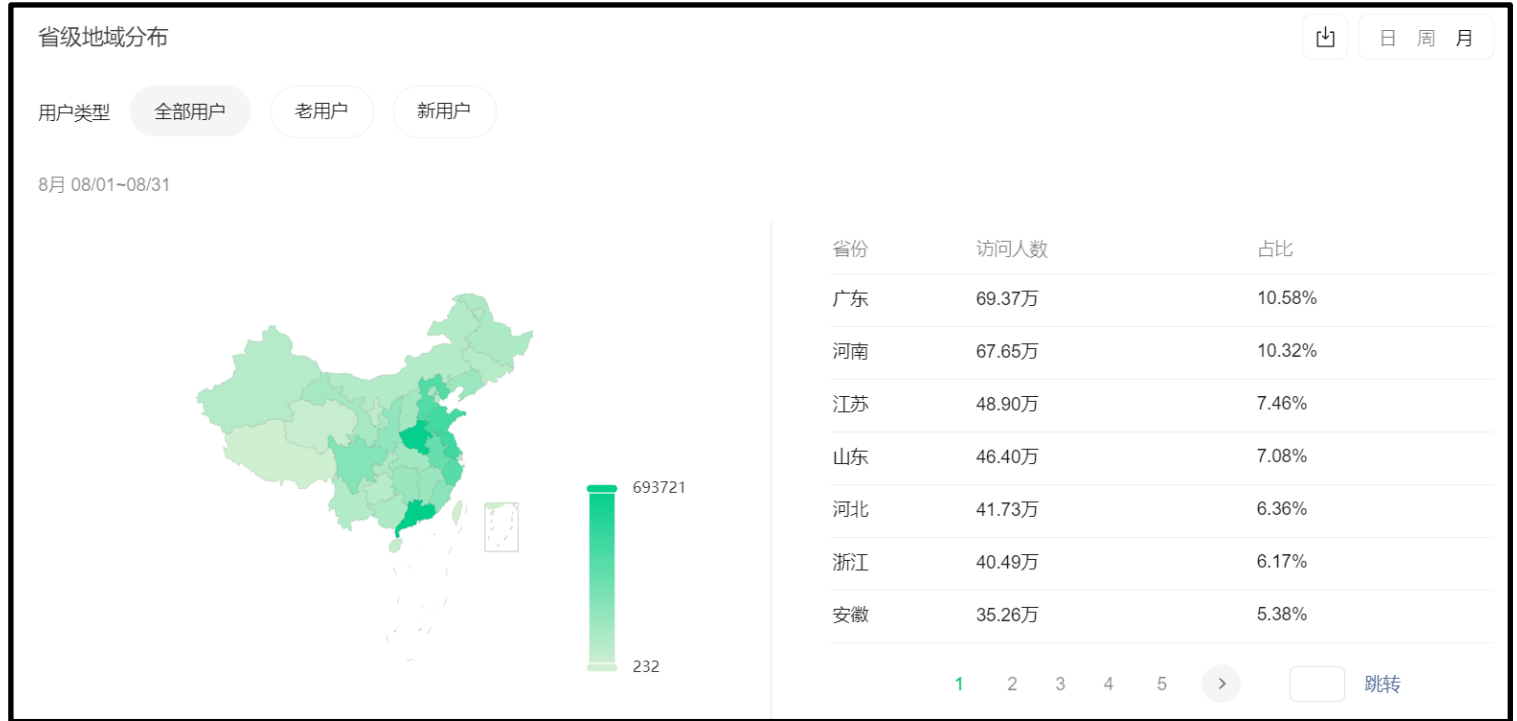
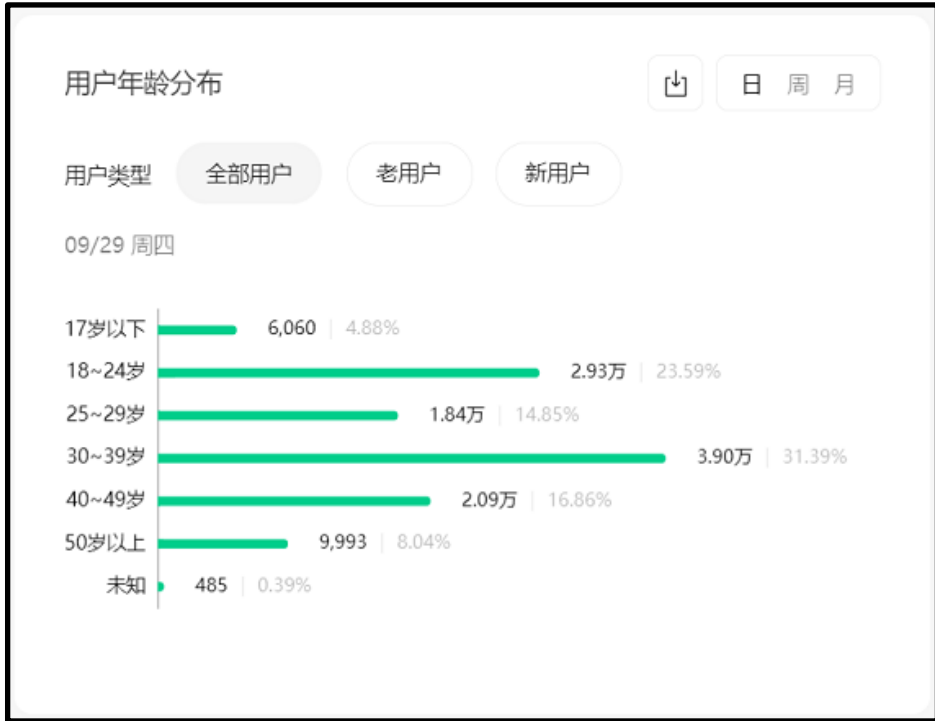
聚焦商超/便利店/学校

**强化促销营销**：CVS,快闪店营销

借势**品牌IP及代言人**增强新品曝光(盖  
念店)

借助**赛事**增强品牌与用户联动

畅饮社目标是面向全年龄人群的营销平台，目前累计用户数3900+万人。



\*部分数据来源于畅饮社微信小程序后台系统，截至2022年9月30日统计分析

## ① 官方微信公众号：康师傅畅饮社



### 账号概览

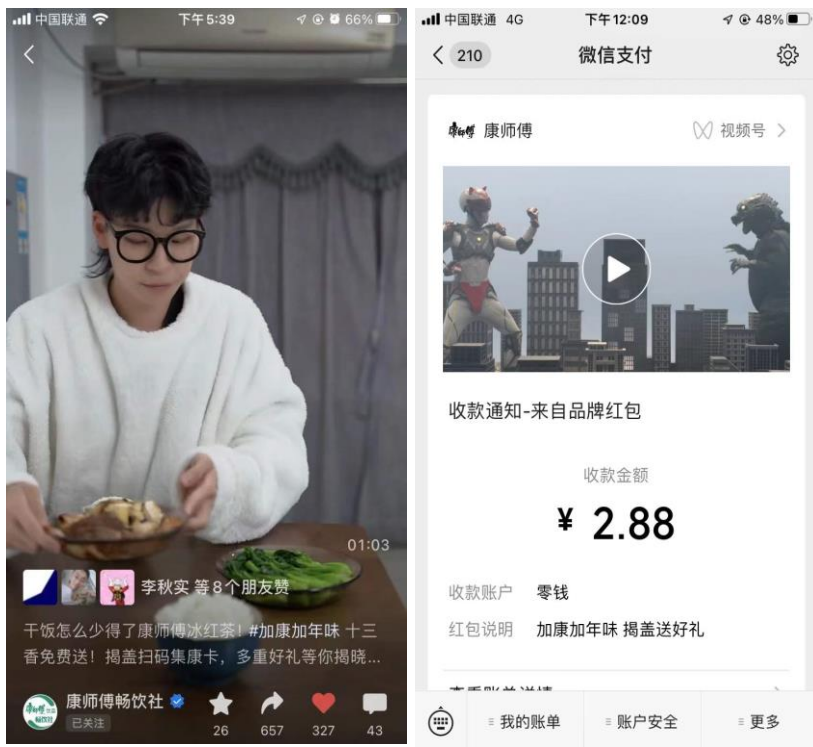
使用精美长图，强势输出sp活动、CNY、代言人官宣、赛事信息、时下热点推文，吸引大批粉丝围观

### 微信运营概况

截止至2022年9月23日，康师傅畅饮社服务号粉丝数共**36085**人。2月1日~9月23日期间，共推送图文**35**次，共**77**篇图文内容，平均每周推送2.2次推文。



## ② 官方微信视频号：康师傅畅饮社



### 账号概览

使用创意剧情视频，强势输出sp活动、福利信息，吸引大批粉丝围观

### 视频运营概况

截止至2022年9月23日，共发布18条视频，基本保持每月2条剧情原创视频，完播率基本保持在90%以上。

## 会员等级权益：提高会员权益，培养小程序忠实用户



### 积分消耗

#### ◆积分兑换

消费者可使用积分兑换“积分商城”内的商品，增加周边和直充虚拟卡券（需要本部支持小程序，增加品牌赠品/小礼品让用户积分兑换，或以抽奖形式派送）

#### ◆积分抽奖-娃娃机

每轮消耗20积分抽奖一次，奖品为实物和非实物，每日参与上限5次。



## 全新上线康粉圈论坛，邀请消费者参与互动 打造SCRM双边关系

受众对品牌的自传播渠道，与受众构建良好的互动环境！

- **发布节日祝福：**对应宣传投放（产品官宣、代言人官宣等）
- **热点营销：**抓住当下热点，热词，创作话题内容，跟用户产生共鸣和极强的互动性
- **品牌历史沉淀：**品牌形象塑造
- **品牌现有动态：**新鲜信息传递
- **增大品牌力：**多渠道征集创意脑洞





# 明星店：品牌X明星强互联

# 应用实例及效果

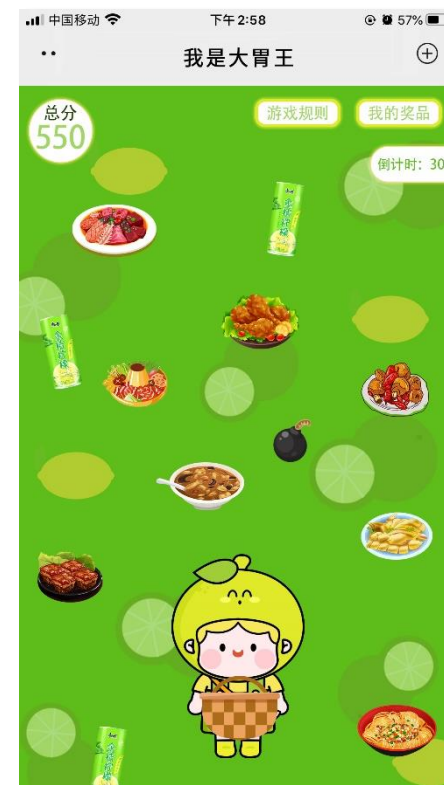
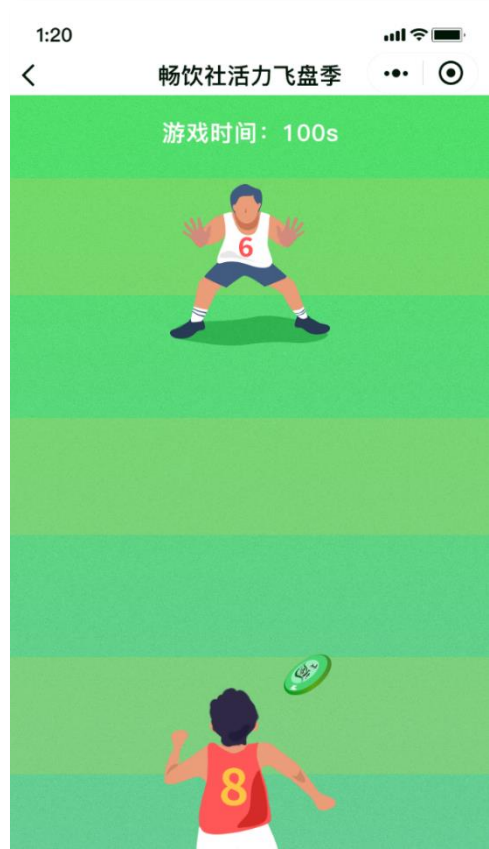


1. 首页增加明星（代言人）商店
2. 将商城小程序售卖商品链接按代言人拆分
3. 消费者可为明星店点赞
4. 消费者点击后跳转到商城小程序专项的商品

完成畅饮社与电商小程序流量转化，触达商城引导消费者二次闭环，最大化利用流量

结合潮流趋势，动态创意开发增加用户粘性，提高用户体验感互动感

结合线下餐饮通路，提升品牌场景体验，更利于用户心智培养

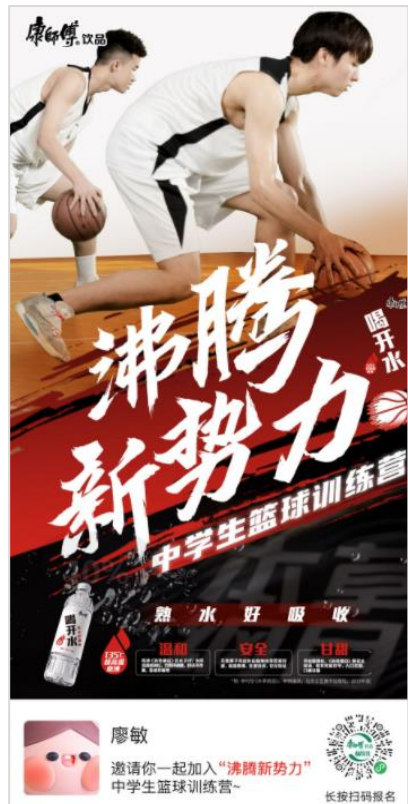




## 策划赛程活动，增加互动，提高品牌声量与销量



1. 录入营员信息提交  
功概率



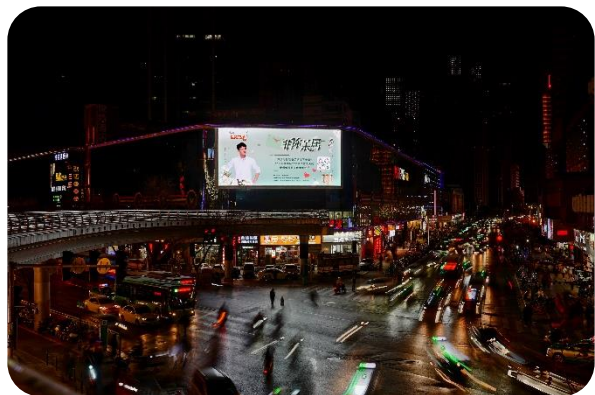
2. 转发邀请海报页, 点亮水滴



3. 多次分享增加报名成

- 商超微信群/朋友圈通过葵花码，多渠道招募引流至畅饮社小程序报名
- 填写报名信息提交，分享海报页点亮水滴，线上助力报名，
- 多次分享增加报名成功概率，裂变营销，促进选手分享传播活动。
- 后台统计分享次数由高到低进行初筛，精准选出活动意愿高的选手
- 活动期间增加助力人数共计**6202人**，助力人数前三：江苏（**1,132**）、浙江（**654**）和上海（**631**）。
- 选手助力占比综合较高：黑龙江（**57%**）和宁夏（**42%**）

- 1、集中开发重点渠道系统：校园/连锁商超系统重点开发，精选系统销量TOP5门店重点推广；
- 2、校园渠道开发：Q1季度共开发学校系统5个，直接影响7.2W+学生消费者；
- 3、线下活动勤结合：线下校园/景区景点/社区/餐饮等重点通路，尝鲜/人力推广活动均加入密令/晒单小程序互动；
- 4、大事件活动宣传联合：SP活动/年度campaign活动/官宣打卡活动等大事件营销均加入户外大屏宣传等，多渠道多场景增加小程序曝光和使用。



2022年商圈活动宣传



校区送货到寝



活动系统属性全面涵盖便利店/校园超市/大中型商超





# 媒介资源聚合，扩大品牌声量应用实例及效果

包店布建，生动化覆盖并加入活动信息告知，联动KOL探店打卡引流活动现场



进驻运动场馆26家，刺猬攻厂作为主办场地，馆内巨幅视觉布建，达成进货205箱  
联动KOL突袭球场，实现人群引流活动现场，实现双赢加持



现场互动

明星采访

代言人外场互动

外场布建及直播



地铁广告



代言人探店

代言人与粉丝互动

训练营KOL加持

NBA专业教练加持



微电影同款花茶小店

户外大屏广告

抖音KOC探店打卡



全年累计打通**500个**支付系统合作

全国覆盖门店超**20万家**

活跃门店超**50%**

全年累计开展微信卡券活动超**5000档**

月均发放卡券优惠超**70万**张

月均核销卡券超**40万**张

单卡券功能全国合计引流超**200万人**



全年累计注册用户**3800万+**人

日均访问次数超过**45万**余次

日均新增访问**8万**余人

全平台累计开展营销活动超过

**10000场**，全国瓶码活动产量  
覆盖达**20亿+**

活动覆盖全国**2/3**的区域，整体  
曝光超**5亿+**

\*部分数据来源于《畅饮社小程序》后台系统，截至2022年7月31日数据统计

\*部分数据来源于微信小程序截至2022年7月31日统计分析