

既要声量、又要销量 还要品牌好感的零食品类O2O新玩法

- ◆ **品牌名称**：人生五味便利店
- ◆ **所属行业**：食品行业
- ◆ **执行时间**：2021.10.01-2022.01.10
- ◆ **参选类别**：场景营销类

我们发现 零食除了好吃，也在给年轻人提供情绪价值



自我犒赏

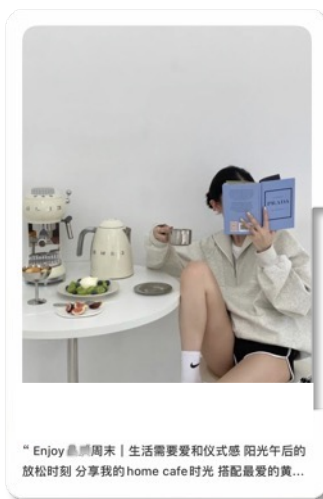
消除孤独

缓解压力

提升阈值

消磨无聊

奖励自己



"Enjoy 周末 | 生活需要爱和仪式感 阳光午后的放松时刻 分享我的 home cafe 时光 搭配最爱的黄..."

小红书站内奖励相关笔记超39万+

消除孤独



早...相...

近一年，一人食站内搜索提升927%

提升幸福感



"大连探店 | 好幸福零食店 周末囤点零食 窝在家里追剧看电影再幸福不过啦 囤零食选好幸福真的好..."

小红书站内幸福相关笔记达592万+

度过快乐时光



微醺的快乐，成年人的自我疗愈... 车的天气依然很好

小红书站内快乐相关笔记达1474万+

我们也发现 **便利店** 是都市年轻人的城市灵魂补给站

- 《2021中国便利店发展报告》看到，30岁以下的客群，尤其是年轻女性是便利店消费的主要人群。在大城市CBD工作的年轻白领，用餐时间或下午茶小憩结伴去逛便利店，已经成为一道风景线。因此，便利店成为了新消费品牌的争夺“最后一公里”的重要渠道；
- 在小红书我们同时发现，小红书上活跃的年轻人正是去便利店的那群年轻人——小红书站内便利店相关的笔记超过39万+，从便利店调酒到便利店快乐冰，年轻人不仅把便利店当做城市灵魂补给站，更是会在便利店发现更多新奇好玩的生活尝试。

趋势崛起

便利店笔记相关发布趋势

最高增幅达**188%**



内容多元

便利店拍照



便利店调酒



用户关注

便利店相关笔记超过**39万+**



与此同时 在零食营销上，媒体平台和便利店都有各自局限

媒体没有终端销售和实物呈现

消费者大趋势下，主流媒体的纯曝光+线上活动号召模式无法满足快消品牌多样化需求

不满足1

纯主题线上种草，
品牌存在弱

不满足2

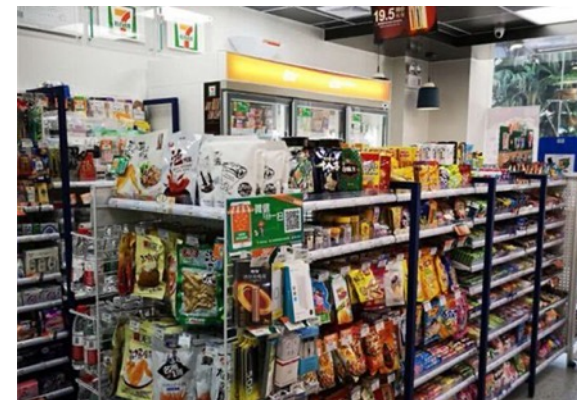
现有互动玩法
无法掀起热潮

不满足3

现有营销模式无法
给品牌带来销量刺
激

终端零售缺少内容

终端零售作为年轻人一公里刚需补给站，缺乏新鲜有趣的内容刺激用户感官



链接年轻人**种草和消费零食**的场景 便利店和媒体平台相互借力，**创造零食营销的新模式**

当小红书遇到便利店
助力完成**销售渠道到营销**
场景的转变

把握零食品类情绪营销新机遇：

种草、消费、分享全打通： 将年轻人生活场景触点从**线上**拓展至**线下**，内容赋能便利店渠道，打通O2O

全国货架联动 刺激产品销量： 通过场景打造消费闭环，真实提升产品销量。

我们开了一家《人生五味便利店》 ——既要声量、又要销量、还要品牌好感的零食品类O2O新玩法——

新模式

小红书+便利店
互联网平台+线下零售场景
线上+线下带新消费品破局

销量刺激

主题货架平均增长**45%**
指定商品平均增长**118%**
罗森联名消费人次增长**33%**

便利店很开心😊

新佳宜：“你们是第一个主动找我们的线上平台”
罗森：“2022年希望和小红书深度联动”

品牌说再来

趣多多：“2022年再次合作已预约”
其他品牌：“我要参考趣多多模式来玩”

一拍即合，小红书和7大便利店品牌在全国开启了
《人生五味便利店》

声量

内容
联动

销量

货架
联动

情感

场景
联动



策略核心：制造O2O破圈大事件，帮助品牌打通营销闭环，实现营销新声量

ONLINE
沟通概念
差异化

人生五味主题重构情感链接

线上虚拟便利店联动造势

- 以甜、香、苦、辣、酸五味为核心重构人生五味与美食五味
- 打造人生五味创意情感短片，实现品牌与用户之间的情感价值链接，实现线上线下全面曝光。

OFFLINE
沟通场景
差异化

4800+便利店场景赋能

集点积分活动刺激产品销量

- 联动多方品牌、商品与运营部，联动罗森在内的7大便利店品牌，覆盖全国4800多家门店打造小红书主题店与主题货架，帮助平台、新消费品从线上探索线下新领域。



零食也有酸甜苦辣香，亦如人生

美食五味



人生五味

甜



香



苦



辣



酸



线上便利店 - 虚拟货架开启人生五味品鉴大赏

搭建线上虚拟便利店，解读美食五味并开启五味人生大招募

主题货架 ●●● ▶ 五味招募 ●●● ▶ 申领体验



优质创作者投稿激发更多人分享有趣人生五味

搭建活动线上主页 广告点位加大宣推
优质创作者内容预埋带领更多优质UGC产出



从百万博主到新兴美食创作者，人人成为五味美食体验官，
拆箱零食盲盒分享自身的人生五味



线上便利店 - 五味人生故事，创造品牌与用户之间情感链接

围绕甜、香、苦、辣、酸美食五味，打造人生五味创意情绪短片，结合品牌深度共创，实现线上线下全面曝光



· 趣多多



· 伊然



· 永璞



· 筷手小厨



· 百草味



视频传播渠道：小红书站内H5、@吃不饱同学官号、小红书商业动态、2000+罗森便利店收银台显示屏、小红书总部公共区域大屏等等

线下便利店 - 新鲜内容创造沉浸式浏览空间

全国上海、南京、武汉重点城市**共4800家便利店**落地人生五味主题，给便利店注入更新鲜、鲜活的内容血液



线下便利店 - 新鲜内容创造沉浸式浏览空间

全国上海、南京、武汉重点城市**共4800家便利店**落地人生五味主题，给便利店注入更新鲜、鲜活的内容血液



线下便利店 - 集点促销联名，共创有趣周边激发用户参与

罗森x小红书共创便利店集点积分活动，品牌商品参与其中，利益刺激激发用户参与消费

- 用户通过购买-集点-兑换等动作，领取限量周边礼物。
- 帮助品牌实现线上内容曝光、线下产品促销双丰收！



罗森点点app

便利店收银机



联名环保袋



罗森便利店货架弹牌

1.6万+

罗森点点集点活动
线上小程序围观人数

4320+

联名奖品兑换量

罗森公众号



集点积分兑换活动



人生五味便利店，情绪营销 + O2O模式新尝试

线上虚拟便利店

联合趣多多、伊然、永璞、百草味、筷手小厨打造专著货架



《人生便利店》走心TVC

online 2 offline

从口味探讨延续到人生与情绪，关于成长、爱情、职场...



情绪
共鸣



主题店与主题货架

罗森等全国4800+家便利店联合造势场景赋能



利益
激励



offline 2 online

罗森集点活动16万人次参与



便利店出片指南

社交
货币



利用小红书平台造势能力，联动年轻人消费场景 深入品牌营销全链路，成功打造具有影响力的创新营销IP

- 1 **4800家**人生五味便利店全国亮相：线上线下总曝光**2.4亿+**
- 2 产品终端销售大幅提升：
 - 罗森江浙沪RGMV超**300万**
 - 全国主题货架平均销量增长**45%**，指定商品平均销量增长**118%**，其中重点合作品牌整体销量翻**4倍**。
- 3 用户积极打卡、试吃：**1.3万**人打卡线上线下人生五味便利店分享笔记。
品牌产品与用户成功建立情感连接。

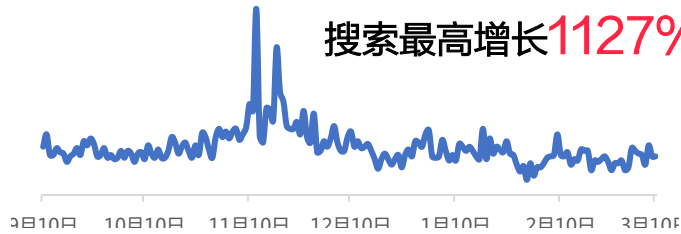
品牌收获销量增长的同时，也得到超高种草回报率

- **情感价值：**以5种口味为创意原点，通过TVC赋予产品甜酸苦辣香情感意味，以便利店场景为全时段介质，将品牌产品融入到用户情绪和生活场景中，对于用户、品牌及产品创造出情感价值营销。
- **超值回报：**借由小红书，打通便利店与快消品牌的品牌部、渠道部与商品部，品牌们从“传统广告投放+传统商超布点”的营销手法，转向小红书线上情绪沟通、线下便利店场景体验，打通了一种行之有效的沟通新范式。
- **渠道拓展：**以平台势能带动新消费品永璞咖啡和伊然奶茶成功进驻线下便利店，促进新消费品多渠道品效合一。
- **销量提升：**主题货架平均增长达45%，指定商品平均增长118%，其中重点合作品牌整体销量翻4倍。

品牌收获销量增长的同时，也得到超高种草回报率

收获有效搜索

■ 伊然搜索趋势
搜索最高增长**1127%**



■ 永璞搜索趋势
搜索最高增长**3093%**



■ 爆逗曲奇搜索趋势
搜索最高增长**680%**

收获用户种草好感

别睡睡了
酸甜苦辣才是人生！每一味都构成我的人生！这个礼盒好棒啊~真心种草 🍷
2021-11-02

小迪迪
筷手小厨那个绝了!!! 🍷 2021-11-08

郑肉多多
艾玛我最爱鸡爪了 2021-10-29

梨丸儿 作者
这个好吃!! 2021-10-30

花絮 3533
这波分享真是入我心坎里了，资深吃货爱上了 🍷
2021-11-05



给便利店带来线上曝光+商品销量的同时，注入更立体、新鲜的内容血液



给便利店带来线上曝光+商品销量的同时，注入更立体、新鲜的内容血液

更多线上流量曝光



更多丰富新鲜内容



刺激商品销量

超 **300万**
RGMV

- **小红书品牌背书，促使联名产品带动销量：**罗森x小红书联名便当袋集点活动兑换4320份，16万人次参与消费。
- **完成一次新的战略升级：**小红书助力便利店完成销售渠道-营销场景的身份转变，渠道、品牌、社交平台三位一体，综合打造出一个更有带入感、更具吸引力的品牌触达场域。
- **构建一个新的营销模型，带动零售全行业发展：**小红书牵手便利店实现线上线下规模化效应，受到便利店欢迎的同时，也收获了业界竞媒关注，同时撬动全国罗森、全家等便利店2022年深度合作意向。

牵手线下便利店，有效激发小红书平台本身影响力

小红书走进千家万户

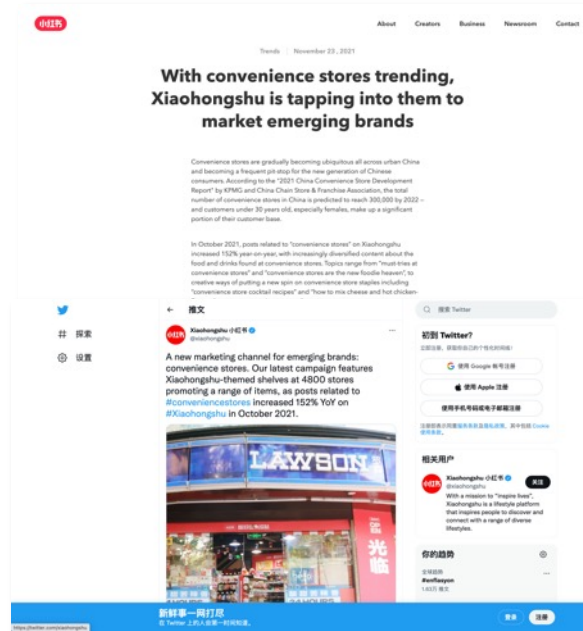
提升平台声量，刺激平台DAU

- **4800家便利店曝光：**提升小红书平台声量曝光，带动小红书走进千家万户便利店，间接刺激平台DAU
- **激发平台国际PR传播，影响力扩散：**该项目上线内部REDNEWS、国际组 newsroom 和twitter新闻，站外传播预估曝光1548万+
- **刺激社区内容生长：**跨部门联动造势，刺激社区便利店笔记投稿1800+，内容曝光5000w+、便利店话题浏览量4800万+

助力小红书美食内容生长

走出国际

Twitter、newsroom、youtube



媒体广传

