

温氏集团转型升级 熟食鸡品牌从 0 到 1

广告主：温氏集团旗下温氏佳味

所属行业：畜牧业

执行时间：2017.10.18-2018.10.18

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

广东温氏佳味食品有限公司成立于 2004 年，是国家农业产业化重点龙头企业—温氏食品集团股份有限公司下属一家以畜禽产品深加工及销售的三级子公司，主营熟鸡、汤制品、调理品以及休闲产品。2017 年 5 月 19 日，温氏股份温志芬董事长提出“掌控渠道，直配终端”的转型升级战略方向。“百日计划”过后，鲜品业务取得重大突破，也更加坚定了温氏转型的决心。10 月 13 日，为确保养禽业转型升级工作的稳步推进，集团决定将佳味公司升级为三级单位，面向全国布局食品发展业务。熟食深加工是禽业公司向食品公司迈进的关键一步，也是禽业走向全产业链发展的最后一段，是温氏养禽业转型升级的终极目标，只有打通熟食深加工这一端，才能把全产业链的价值体现出来，才能真正建立起温氏养禽业的竞争新优势。

互联网时代，到处都在打传统企业转型的旗号，但真正转型成功的寥寥无几，大多数企业都是花费了大量时间和金钱最后却只剩下血的教训。温氏佳味高层们也意识到转型是一项艰巨的任务，他们决定要找一家对传统企业转型具有丰富实战经验的营销策划公司进行合作，要“一次走对路”。

营销目标

协助温氏集团“掌控渠道，直配终端”的转型升级战略方向，实现千亿升级！

协助温氏佳味熟食深加工产业稳健发展。

策略与创意

品牌战略分析：定位鲜熟鸡专家，开创全新品类

一直以来温氏佳味熟鸡业务都是针对餐饮业、批发商等 B 端消费者，所以对品牌和定位的概念相对比较模糊。清晰的品牌定位可以直观地向消费者传递企业价值观和品牌差异化，是打造品牌的指南针。品牌的定位，不仅在方向上引导了品牌和公司前进，也在营销和生产中发挥了重大作用。通过不断地拜访交流和实地考察，我们发现温氏佳味的熟食产品具备鲜活原料、即宰即煮、低温慢煮、速冷锁鲜、冰鲜保存、冷链运输等几大优势。

年轻派战略选择模型



通过战略选择定位模型，针对温氏熟食鸡“鲜”的特点，我们决定定位温氏佳味为鲜熟鸡专家，主张品质食材鲜熟原鸡，以品质鲜熟鸡为核心价值，鲜活原料+即宰即烹+低温慢煮+速冷锁鲜为产品特色，采用鲜活黄鸡做原料，佳味鲜熟鸡作品类，长天龄为食材支撑，实施亚洲最大鲜活和独特的烹饪技术、高品质和绝对新鲜的原料、独创的全新品类加工、速冻锁鲜的领先手法的落地战术，作为唯一——一个开创的鲜熟鸡新品类，推动鲜熟鸡发展的创领者，我们的策略目标是作为鲜熟鸡品类开创者，朝着鲜熟鸡方向，推动行业发展，推动熟鸡行业发展，提升至鲜熟鸡标准。

差异策略表达：品牌萌物推动形象年轻化

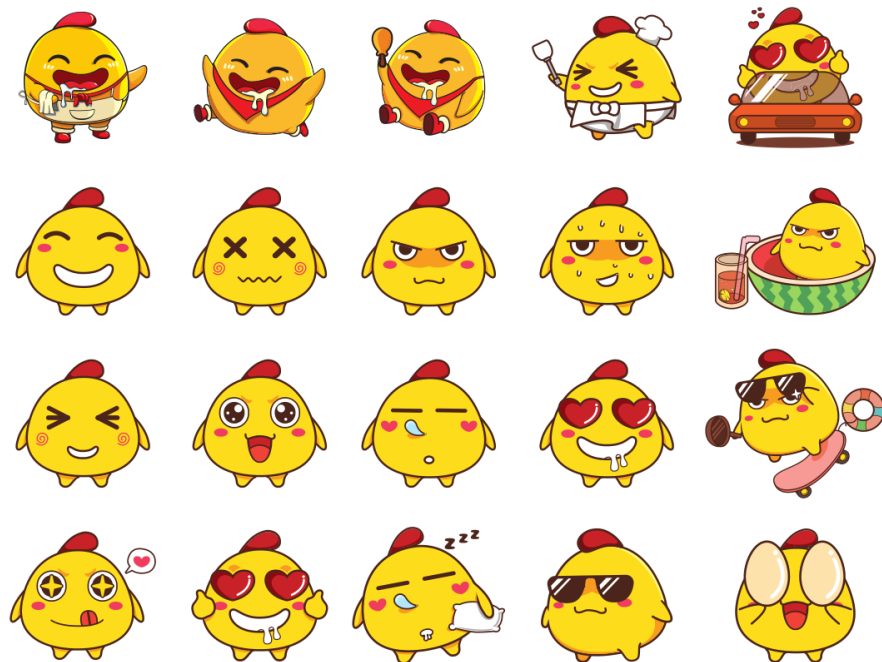
品牌萌物是品牌年轻化战略下的重要一环，我们为温氏佳味建立了品牌萌物体系，构建品牌年轻化形象，让品牌自己说话，与消费者产生互动，降低传播成本，令品牌实现最高效和直接的表达。





温氏佳味

WENS JIAWEI



执行过程/媒体表现

落地物料+销售配合，极致化表达提升品牌知名度

在战略方向和差异化策略的确立后，接下来就是具体的落地战术。我们协助温氏佳味对所有物料进

行推旧革新，在网站、线上商城页面、包装、客户手册等具体物料中植入新的温氏佳味基因。

全新系列包装让品牌萌物“口水佳”深入人心



互联网时代，电商是企业面向C端发展的必经之路。我们协助温氏佳味电商部门对线上商城进行优化，进一步激发顾客的购买欲望，提高线上商品购买率。



不能完整表达的东西就是不存在，“超级单张”讲述温氏佳味品牌故事



时事热点营销，“口水佳”邀你共享世界杯盛宴





营销效果与市场反馈

转型大计,以“人”为本。无论企业的战略规划有多好,广告多么的铺天盖地,分销渠道多么的流畅,最终要达成销售的,关键还是终端的销售人员。我们亲自操刀,为温氏佳味一线销售人员提供最专业化的销售内训,以确保战略、策略执行到位。



经过此次合作,温氏佳味的品牌管理运作取得可喜的成效,共同努力跨出了温氏熟食品向终端转型中最艰难的从0到1的一步,带给企业和消费者一重又一重惊喜,完成一项又一项“不可能任务”。

客户评价：

我们选择策划公司是千亿转型重大决策,全国收集对比后,我们选择的标准是,真实,用心,懂得食品行业,最后我们抛弃公司规模大等因素,众多公司中选择年轻派营销合作,给人放心。

—— 温氏食品股份 养禽事业部副总裁温朝波