

# 新零售消费大数据平台

开发时间: 2016年开发成立, 2018年产品全面升级

参选类别: 年度最佳数字营销平台

# 简介

一物一码 **新零售消费大数据平台** 通过大数据、物联网、移动互联网技术为传统品牌商提供一站式"新零售转型升级" 服务。旨在通过一物一码技术帮助传统企业进行数字化营销升级,以达到快速提升销量、降低营销成本、圈定精准用户、提高用户忠诚度,实现产品数字化管理、科学化经营,让企业拥有自己的消费大数据。先后服务过康师傅、百事可乐、雀巢、黑牛等知名品牌。

# 使用说明

#### 一、平台模块

智能营销平台(数据入口)

# 平台功能:

- 1、防伪、防窜、溯源、提升销量、公众号增粉、互动曝光、商业智能大数据
- 2、数据驾驶舱(数据交互)
- 获取消费者的原生数据、行为数据、交易数据、流量数据
- 依托深度的数据挖掘和数据运维,丰富数据标签,对数据进行智能分析,构建精准的用户画像和品牌画像,搭建多维度的数据应用体系。











3、积分商城(数据延展)



用户和数据的进一步交互,提升用户活跃度、忠诚度和转化率。



## 二、主要功能

#### 1、提升销量

利用一物一码技术进行营销活动策划,刺激消费者购买扫码,刺激终端零售商开箱上架,多方提升销量。

## 2、精准增粉

一物一码技术加持, 植入营销信息, 实现每一个码都是一个精准流量

#### 3、降低营销成本

- ①节省市场调研、监督费用
- ②节省渠道管控费用
- ③大程度降低营销费用
- ④减少人力资源投入

#### 4、用户数据收集

用户扫码后, 所有数据都会留存品牌商后台, 商业智能大数据引擎可以实现品牌用户的收集与分析

# 5、跨界精准投放

根据品牌受众分析,通过商业智能大数据引擎后台进行标签匹配,从而实现精准投放



# 6、品牌二次精准营销

通过对后台收集的消费者大数据进行分析实现二次精准营销,同时为产品优化与新品开发提供指导

# 应用范围

主要应用于食品饮料、茶酒、化妆品、3C 数码、母婴、金融、保险等行业

# 应用实例

传统企业向来面临**动销能力差、终端促销达到率低、营销成本高、假货窜货、无法获取用户数据**等问题,如何在解决新老问题的同时**快速提升销量,抢占更多市场份额,获取消费者数据实现二次精准营销**成为康师傅营销活动考虑的重点。

# 策略:

出于对消费者喜欢折扣、喜欢玩游戏的心理分析,抓住消费者心理,,依托一物一码技术,采用"好玩游戏+奖品效应"做营销布局,刺激消费者购买扫码,培养他们的复购习惯。







通过激光喷码,在康师傅绿茶、乌龙茗茶、经典奶茶系列产品上瓶盖里附上包含营销信息的二维码,另外在产品外包装提醒消费者:"码上开奖"。当消费者扫码后会有好玩的互动小游戏,玩完游戏之后可以领取奖品,如现金红包、Ipad、手机等,同时品牌信息在此过程中直接展示,触达精准消费者。





# 效果

# 销量转化:

在 2017 年五月至九月,华南康师傅经典奶茶销售数量达到 429 万箱,销售同比增长 78% 在活动高峰期的八月,售卖经典奶茶 125.5 万箱,九月售卖 105.3 万箱,均为近几年新高康师傅绿茶复购用户高达 43%,复购次数大于 5 的用户高达 18%

## 品牌曝光度:

期间与用户互动交流实现品牌曝光高达 790 万次

注:数据来源于康师傅华南地区内部统计

#### 互动参与度:

单人沟通成本仅 0.17 元, 对比 KPI 降低 0.73 元

微信公众号累计粉丝关注数 150 万以上

# 其他:

改变传统营销手段,有效地避免了广告浪费,营销成本降低了20%

完成第一批精准用户的数据收集与分析

同比传统防伪查询率>1,投入成本比<1,同比传统渠道管控效率比>1,及成本比<1。

注:数据来源于康师傅华南地区内部统计



# 影响力与口碑:

**受众**:好玩的 H5 游戏以及红包等激励让用户赞不绝口,绝大多数用户称康师傅此次活动做得好,有得玩有得喝有得拿吸引用户多次购买.

**客户**:广州顶津食品有限公司品牌负责人对此次营销活动表示惊叹,在短时间内快速提升销量的同时降低营销成本,另一方面让品牌信息直接触达消费者,帮助品牌收集消费者信息,正是由于此次营销活动的成功,康师傅其他地区也开始正式复制此模式。

**媒体**:广州企业家、新华网、第一营销网、搜狐科技、DONEWS、物联中国等媒体都对此作了相 关报道