

# 康师傅与 “一物一码” 大数据营销

- ◆ **所属行业**：饮品
- ◆ **执行时间**：2018.04.01--05.25
- ◆ **执行范围**：广州
- ◆ **参选类别**：大数据营销类

## 背景介绍

2018年，康师傅以全新定位进军市场，通过准确细分市场，锁定目标群体，占据一定的市场。以明星带动粉丝的推广为主线，通过明星见面会进行拉新引流，将品牌与粉丝、消费者紧密联系起来，培养消费者对于康师傅品牌的忠诚度与喜爱度。

为提升康师傅消费者参与度，利用**新颖的营销手段“一瓶一码”“大数据平台一个月时间，召集数万人粉丝到见面会现场。**提升了品牌知名度、美誉度和消费者的品牌喜好度并最终建立忠诚度，从而**引爆康师傅产品终端销量。**



## 整体目标

借助品牌代言人杨洋见面会活动，主要达到以下**三大目标**：

- ◆精确定义目标的消费群，刺激老消费者，开拓新消费人群。
- ◆提高产品销售额，品牌最大限度的曝光。
- ◆深入沟通康师傅茉莉茶清新的产品调性，保持消费者忠诚度，提升康师傅茉莉茶销售额。



## 目标受众

中低收入的15-35岁的大众群体

## 受众洞察

快速信息爆炸时代，广告信息充斥着人们的生活，年轻群体每一天花费三分之一的时间在手机上，现在许多年轻人都处于被动式接受新事物的状态，非中大型物质或特别举动都未必能有效吸引到他们，**康师傅杨洋见面会推广“一物一码”** 将重点满足于目标群体的占有欲望及好胜心，采用开盖领“红包”与“活力彩”双结合互动形式，激活**新老消费者活跃度。**

## 传播策略

- 品牌活动IP与产品结合，制造现象级品牌专属的节日营销IP；
- 线上以明星效应，明星ID自带流量的优点，打造消费者一呼百应的号召力，带动消费者参与度；
- **利用新型宣传工具“一物一码”结合见面会派票**，采用开盖领红、见面会门票双结合形式，激活新老消费者活跃度；
- 利用网络时代的娱乐营销互动性高和传播性快的特点，联手一直播平台带动流量转换，以及地铁广告一站式大范围投放，品牌宣传曝光度最大化。



明星微博  
话题引爆



各界KOL  
接梗发酵



平台直播  
网络声量



一物一码  
召集粉丝



公关媒体  
舆论定调

## 核心创意

以“一物一码”作为主要战术及媒介传播接触点。

康师傅明星见面会前期以“一物一码”开展派票，在短期内为见面会招募上万粉丝，并通过网络媒体投放与粉丝后援会的推广，利用网络时代的娱乐营销互动性高和传播性快的特点，联手一直播平台带动流量转换，以及地铁广告一站式大范围投放，实现品牌宣传曝光度最大化。

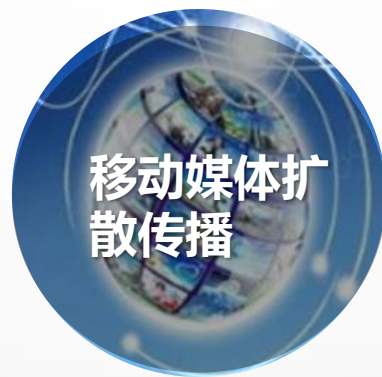
一物一码推广



门票兑换券  
门票价值: 120元  
NO.003000

## 整体执行

本次传播聚焦一个传播核心，以个性化的互动营销做爆点，用精准的媒介投放进行传播，层层递进的将活动成功从线上线下引爆；结合多样化的开盖抽奖玩法，让活动更加粘合消费者，活动热度持续升温,实现品牌曝光率最大化。







## 案例亮点

本次活动最大的亮点就是“一物一码”数据平台的运用，康师傅打破传统的营销模式，采用了“一瓶一码”丰厚奖励机制，提升了消费者的品牌喜好度并最终建立忠诚度。



## 技术创新

康师傅明星见面会启用了全新的宣传方式“一物一码”，打通了线上线下的双向连接闭环，在短期内为见面会招募上百万粉丝。活动期间最高参与人数高达数十万，触达人群超过千万，消费者复购率明显上升。让粉丝拥有前所未有的新鲜互动体验，实现品牌千万级别曝光，提升品牌知名度，打造美誉度;达到全方位推广产品的效果。



## 整体效果

- ✓ **销量贡献**：[总销量超过**3000万元**人民币，全国销量提升**10%**，超额完成目标销售量]
- ✓ **品牌贡献**：[康师傅明星见面会与消费者的沟通契机，构建康师傅饮品与消费者生活中“建立关系，精神共鸣”，与康师傅品牌理念传递好心情，健康生活达成一致的 brand 战略思想]
- ✓ **用户关系**：[康师傅明星见面会围绕“明星+明星粉丝团体”近距离的体验场景，让粉丝与明星近距离的接近，同时将品牌理念潜移默化的影响消费者，使康师傅品牌更受广大群体的认知及喜爱]
- ✓ **传播力**：[宣传曝光达到**1.2亿+**]

## 整体效果

- ✓ **创新力**：[康师傅明星见面会启用了全新创新的宣传方式“一物一码”，在短期内为见面会招募上万粉丝。活动期间最高参与人数高达**数十万**，触达人群**超过千万**，消费者复购率明显上升。]
- ✓ **成本效益**：[以同样的广告价格，创造出更好的广告效果，由于其独特的锁定目标客户的投放方式，针对性极强，有效地避免了广告浪费，让营销成本降低了**30%**。]
- ✓ **媒介发展推动力**：品牌与明星活动创意策划+全国区域联动+精准传播+矩阵协同，实现营销传播效果最大化，见面会参与人数达数万人，双微累计阅读量**破百万**，一直播同线上同步直播观看量**破数百万**人次，实现粉丝**爆发式增长**。
- ✓ **品类发展推动力**：康师傅明星见面会，新型工具一物一码通了线上线下的双向连接闭环，让粉丝拥有前所未有的新鲜互动体验，实现品牌**千万级别曝光**，提升品牌知名度，打造美誉度;达到全方位推广产品的效果。

## 目标达成

品牌明星见面会**创意策划+全国区域联动+精准传播+矩阵协同+“一物一码”平台**，实现营销传播效果最大化，见面会参与人数达数万人，双微累计阅读量**破百万**，一直播同线上同步直播观看量**破数百万人次**，实现粉丝**爆发式增长**。



## 市场反馈

本次营销以同样的广告价格，创造出更好的广告效果，由于其独特的锁定目标客户的投放方式，针对性极强，有效地避免了广告浪费，让营销成本降低了**30%**。产品总销量超过**3000万元**人民币，全国销量提升**10%**，超额完成目标销售量。

