

康师傅畅饮社智能营销平台

- ◆ 品牌名称：康师傅饮品
- ◆ 所属行业：食品饮料
- ◆ 执行时间：2024.08-至今
- ◆ 参选类别：全链路营销类





背景&目标

在竞争激烈的茶饮市场中，康师傅品牌凭借多样产品和品牌形象，占据一席之地。面对数量众多的茶饮品牌，**用户留存成为多品牌难题**，市场现状对康师傅提出了新的挑战。

面向年轻消费者，他们越来越注重品质和个性化体验。深入了解消费者需求，打造符合其喜爱的互动，并通过**多样化的营销活动提升小程序私域体验**尤为重要。

康师傅冰红茶虽然在传统营销渠道上表现不俗，那么，**如何有效发挥小程序私域潜在价值**，充分利用新媒体和线上平台公域，提高营销效果，从而在提升品牌影响力和市场竞争力作出突破，是康师傅冰红茶面临的重要问题。

正是这一年，康师傅畅饮社小程序创下**年度新增用户5,446万的高速增长**新数据。





品牌私域小程序用户数据如何再创新高度？

- ✓ **裂变** · 深层次触达用户，增强粉丝粘性
- ✓ **转化** · 提升用户价值，流量高效转化变现
- ✓ **成交及复购** · 构建会员体系，提高用户单次价值与终生价值

你为什么会成为畅饮社小程序用户？

- ✓ 品牌最新活动
- ✓ 福利潮品兑换
- ✓ 活动赛事报名
- ✓ 代言人明星馆
- ✓ 康饮圈自互动





核心运营策略



数字化营销

线上、线下、社群
三位一体深度结合



流量灵活变现

用户与商城无缝对接
提升产品销量



DCRM用户动态管理

大数据精准营销
活动资讯智能推送



社交互动私域

构建品牌与消费者信息通路
用户统一运营维护





具体执行

数字化营销



1. 多档活动齐发力：刺激用户留存，培养小程序忠实用户



揭盖扫码赢千万份红包
(2024-3-1)



时代少年团见面会
(2024-5-1)



我们的青春正清香主题活动
(2024-5-17)



萧敬腾见面会
(2024-8-5)



绿茶吴磊见面会
(2024-8-13)



【康师傅果汁】饭搭子欢聚
(2024-9-1)



大红袍小游戏
(2024-9-12)



康师傅冰红茶诉求升级问卷
(2024-11-19)



痛快先锋校园新声派
(2024-3-27)



喝开水火力全开
中学生篮球训练营
(2024-5-8)



天天送iphone 周周送黄金
(2024-7-8)



王一博见面会派票
(2024-8-11)



冰红茶超燃3X联赛
(2024-8-17)



3X联赛线上互动
(2024-9-4)



大红袍小游戏
(2024-11-15)



大红袍热&德芙巧克力
(2024-12-19)





具体执行

数字化营销



2. 微信生态公域流量全面引流

✓ 微信公众号



✓ 微信视频号





数字化营销

3. 线上线下营销推广 全面打破圈层 渠道曝光

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
联动KOL突袭球场，实现人群引流活动现场，实现双赢加持





流量灵活变现

用户与商城无缝对接，提升产品销量

✓ 积分兑换通道（积分兑换）



• 以积分+现金组合支付兑换

✓ 代言人明星馆（明星同款）



- 消费者可为明星店点赞互动
- 售卖商品链接按代言人拆分
- 点击可购买明星代言同款



社交互动私域

构建品牌与消费者的信息通路，用户统一运营维护

- ✓ AR互动派样 产品定制小游戏 线下领取满额抵扣
- ✓ 产品定制互动 小程序游戏与当下潮流结合提升用户留存率
- ✓ 康粉圈论坛 构建用户互动圈





用SOCIAL做品牌年轻化阵地

重点项目：

2024年康师傅时代少年团不分大小玩个痛快

概述：康师傅冰红茶携手时代少年团，以“不分大小 玩个痛快”为主题，打破年龄与标签界限，鼓励年轻人释放真我、自在表达。通过线上互动内容、痛快语录征集、联名包装、线下快闪打卡等方式，打造全民痛快氛围，成功实现品牌年轻化转型，深度撬动Z世代社群热度。

创意：聚焦“全民痛快”主张，融合代言人热度、社交互动玩法与创意包装，实现品牌理念破圈传递，打通线上线下全场景引爆年轻人情感共鸣。





用SOCIAL做品牌年轻化阵地

重点项目：

2024年康师傅绿茶x吴磊 活力品牌日

概述：康师傅绿茶携手代言人吴磊发起“活力品牌日”，打造涵盖健康生活、环保理念、青春互动的线上线下融合活动。通过品牌日直播、绿动挑战、环保主题打卡等形式，激发年轻人对活力生活方式的参与与共鸣，全面传递品牌理念。线上线下资源整合助力销售转化，为品牌纳新，强化产品力。

- 创意：**
1. **促销：**晒单赢门票-粉丝经济拉抬产品销量
 2. **促活：**活力得酚营-“磊”积茶多酚 解锁独家福利
 3. **互动：**得酚派对挑战赛-粉丝自传播 充分转化品牌经济
 4. **派票：**兑票&核销-三证合一 派票系统全新升级





——用SOCIAL做品牌年轻化阵地

重点项目：

2024康师傅冰红茶运动月启动会「超燃3X联赛」启动仪式

概述：康师傅冰红茶以“运动月”为契机，重磅推出「超燃3X联赛」系列赛事，携手代言人王一博开启热血见面会，引爆粉丝与运动爱好者热情。通过篮球赛事、潮流互动、品牌体验等多元形式打造“痛快+运动”新场景，强化品牌运动基因，延展年轻群体消费触点。

创意：借王一博强大号召力，吸引大量粉丝关注。活动现场王一博亲临互动，点燃粉丝热情。同步开展产品扫码赢见面会门票等活动，线上线下联动紧密，以明星效应推动品牌在运动领域影响力提升。





畅饮社私域小程序用户达1.3+亿人



1. 板块构成

- 60%的最新SP活动，30%福利互动，10%产品购买

2. 线上线下引流

- 线上：会员营销/代言人/区域性媒体/渠道公域
- 线下：商超便利店/cvs快闪店概念店/赛事品牌活动

3. 2024年小程序内数据

- 累计用户累计达1.36亿人（年度新增用户5,446万人）
- 活跃率达12.33%（年度活跃度整体上升88%，月平均活跃1,396万+）
- 累计打通系统933个（新增141个系统，年度增幅17.8%）
- 小程序扫码活动年度核销情况达103万（年度新增33万）
- 年度公众号累计阅读525,812次，视频号累计播放量896,133次

