

上百家酒企运用这3招，淡季销量提升300%

产品名称	上百家酒企运用这3招，淡季销量提升300%
公司名称	广州市小数点商务服务有限公司
价格	面议
规格参数	
公司地址	广东广州市花都区 新华街三东大道西飞翔大厦
联系电话	02061059059

产品详情

酒是人类生活中的主要饮料之一。中国制酒源远流长，品种繁多，名酒荟萃，享誉中外。酒渗透于整个中华五千年的文明史中，从文学艺术创作、文化娱乐到饮食烹饪、养生保健等各方面在中国人生活中都占有重要的位置。 【酒企痛点】 如今，在中国，酒类品牌多如牛毛，有大家耳熟能详的茅台、五粮液、洋河、西凤酒等，也有很多是地方性的小酒企。市场竞争激烈，企业在当下经营是越来越难，有非常多的痛点解决： 1 堆积如山，库存难消 传统的经销模式，让企业和经销商堆积了很多库存，市场环境不好，立马产生堆积。不是以消费需求为主导的生产模式 2 渠道促销成本，费用不好控制 商品促销，需要经销商配合才能完成，成本过高，费用无法预算，且经常超标、或者被经销商私自吞扣。 3 花费转向，商品难销，方针高压，团购不动

相关方针不断出台，高端政务花费遇冷。“三公”花费受限，“往日的团购客户都不敢喝酒了”。 4 实物促销截留率高，无法到达终端消费者 企业进行实物促销，往往消费者无法获得奖品，都是被经销商给截留，造成消费者领取不到奖励，从而对品牌的不良印象，进行使企业丢失客户。 5

消费者的消费方式转变 如今电商和移动电商的兴起，加上以80、90后为主的消费群体，企业应注重他们的消费行为方式，主动迎合，而不应该闭门造车。 6 新品牌扎堆，同质化严重，难以突破重围 是新品扎堆，同质化严重，哪个质量非常好、口感好？给消费者太多的选择空间。如何能在同类型产品中脱颖而出？ 面对以上酒企存在的6个痛点，酒企该如何突破，找到解决痛点的营销方式。

【酒企突破】 中国国内前5大酒企，他们占着酒类市场的80%份额，目前市场有向这几家巨头集中的趋势。洋河，中国5大白酒企业之一，是最早开拓移动互联网市场的酒企，他们运用二维码来解决传统酒企痛点，采用“一瓶一码”，每瓶酒上附上一个二维码，消费者扫码二维码就可参与中红包活动，通过红包形成： 1

消费者复购。获取红包，激起客户的消费欲望，消费者在同等酒的选择上会优先选择洋河。 2 企业大数据获取。领取红包需关注企业公众号。 洋河一瓶一码“码上抢红包” 一个中秋红包活动，就可以带来65万人次的扫码人数，销售提升30%。可见一个小小的二维码的威力。

【中小酒企的出路】 面对市场越来越小，而大酒企反而抢先找寻出路，其他中小型酒企生存发展压力会更大。但一些中小型酒类也不是没有活路，他们只需要服务好自己的小的客户群体，就可以存活，但如何搞定自己的用户，也还是需要用移动互联网的思维和方法，采用二维码这种新型的传播载体，将客户与企业建立起联系。 面对移动互联网的冲击，传统酒企如何转战移动互联网市场？

“三招提升酒的销量” 【第一招、箱码】 （提升渠道终端开箱率，拉动销量） 酒企大多数还是通过经销模式进行销售，箱码是企业用于促进渠道终端开箱提升整箱销量而印刷在箱体内部的一种二维码。米多箱码通过在酒箱上印刷二维码，箱码也是属于一物一码，可带有红包，经销商在同等条

件下，会优先推销带有箱码的酒，获得箱码中的红包，从而为酒企带来更大的销量。

案例：九江双蒸酒促销箱码；箱码促销效果试验不到两个月 开箱率80%，拉动销售2000多万

上图：九江箱码成品图 上图：九江箱码扫码领取红包流程图，

凡扫码领取红包者都会在后台呈现扫码数据，具体见下图。上图显示：九江酒厂自2016年1月1日-6月22日，共扫箱码1061939个，按照目前扫码率80%计算，卖出的酒约130万箱，而且目前九江只对一款产品（九江十二坊）运用了箱码，也就是说：一款产品半年就卖出130万箱。这比去年同期提升了300%。

【第二招、防伪二维码】（防伪+精准粉丝+营销）通过二维码防伪系统可对应产品一一生成加密的二维码产品信息，将二维码激光雕刻在瓶盖上，印刷或标贴于产品包装上；米多防伪二维码采用当下最先进的公众号防伪二维码技术（防伪+精准粉丝+营销），消费者通过刮开防伪二维码上的涂层，或通过打开瓶盖码；扫码一键关注品牌公众号后推送防伪结果+营销活动（发放红包，积分，购物券，流量来实现粉丝的回流，复购）。案例：西凤酒采用米多防伪瓶，打击市场假冒产品，让消费者从消费假冒产品回归到正品上，提升正品销售额。防伪瓶盖码附带赠送红包，获取消费者大数据，为酒企后期营销提供数据支持。 上图：西凤酒防伪码扫码流程图

西凤酒防伪码客户扫码明细及公众号粉丝截图 其他运用米多防伪码的部分酒企

还有更多酒企应用米多防伪码。。。。。。【防伪二维码的功能】 1 实现防伪、防窜、溯源功能 2 精准加粉；让消费者主动扫码关注品牌公众号，让品牌商轻松增粉 3

方便大数据收集及管理；企业免费的流量入口 4

通过营销活动与粉丝互动,增强了商家和消费者之间的互动性和趣味性 5 杜绝假货，独占市场

【第三招、给条形码赋能】条形码是商品流通的“国际语言”，也是实现商业管理信息化基础性技术。是企业商品进军国际市场的“通行证”。条形码本身仅具产品信息查询功能；企业需通过对条形码赋能才使其功能多样化，以及带来巨大的营销效果。案例：汉华酒业使用米多赋能条形码，用户扫描条形码，通过赋能后的条形码，可推荐相关活动页面，促销活动，用户通过活动可领取红包、积分、购物券、流量、话费、实物等。产品销量翻倍。汉华酒业 现已有上百家酒企运用以上三招成功进军移动互联网这个巨大且潜力无限的市场，不仅使得淡季销量提升300%以上，并且实现大数据收集及管理。【米多提供的酒类促销、防伪、大数据解决方案案例】 【酒企案例1】 某酒

厂对代理商推出进货100万，返6万促销费用的活动，该促销费用要求用于零售商激励和消费者促销（厂方会给出详细的方案指导手册）。代理商拿到6万元的促销费用后，只拿3万元出来按照厂家的方案要求做一部分工作，向厂家交差。另外3万元变成了代理商的“收入”。这种情形普遍存在，且厂家很难做到100%控制。米多解决方案： 厂家对代理商推出进货100万，奖励7万元促销费用的方案。同比

以往加大力度，但是不再直接把促销费用支付给代理商，而是在代理商进货的每一个箱子里面赠送开箱有礼的活动方案（建议采用直接在外包装箱上印刷米多二维码，一箱一码）。针对下级经销商，零售商开箱100%中奖，每箱的红包奖励从1-200元不等，扫描后红包直接发到微信零钱包。可以非常有效的提高开箱率和实现促销达到率，让代理商无法截留厂家促销费用从而实现促销目的。跟进目前实施此类活动的实际经验来看，经销商（含零售商）拆箱销售比例大约为70%，消费者整箱购买比例大约为30%。经销商开箱扫码奖励的比例大约50-60%，整箱卖给用户的扫码比例大约为10%，综合来看总体扫码率在60-70%。促销到达率70%以上，实际所花费的促销费用比原来的6万元，节约20%以上。 【酒企案例2】

厂家针对终端消费者赠送实物做促销的传统做法场景： 某厂家为了增加月度销量1000万元，计划投入100万元的礼品拉动消费者购买（类似买酒送充电宝活动）。为了确保活动成果，厂家要做一系列的方案准备，包括采购100万元的充电宝进行定制，印刷公司LOGO。在促销活动开始之前就需要支付实物的采购款项，100万的促销品进入公司仓库之后，随代理商的订货一起配出。

促销实际操作的情形可能是这样的： 第一种情形，促销品被代理商截留，没有完全按照厂家要求配置到位，厂家需要派出人手进行核查，增加成本且效果打折。 第二种情形，自己品牌的促销品被用到别的品牌促销，甚至达成了竞品的成交，在下级批发商和零售商执行时尤其明显，该情形基本上无法控制，作为普通消费者的我们，都会遇到类似情形。即使把赠品与实物一起拜访也无法有效控制。

第三种情形，是常见也是高发的，预计增加1000万的营业额，采购100万的礼品，实际上只完成了800万的增量，100万的促销品可能只用了80万元的，结果就是造成促销品呆滞，积压在仓库（在快消品行业，没有一个厂家不发生此类行为的）。米多解决方案： 直接针对用户购买时采用一物一

码（一瓶一码）的方式对消费者进行促销，消费者购买产品后，扫码参与活动，每个消费者都能够成为厂家微信公众号粉丝。所得奖励可以是红包，直接进入微信零钱，还可以是积分，优惠券，话费，流量，甚至是实物奖励，如充电宝，手机等。保证促销精准到达，不浪费，且吸引到足够多的用户成为公众号粉丝。即使发生了预期增加1000万营业额而实际只完成800万的情形，也不会造成实物促销品的呆滞。

米多的空码赋值技术还可以帮助厂家降低资金的一次性投入，顾客无论在何时何地扫码的瞬间，红包奖励金额即时自动到账。假如厂家采取购物送微信红包的方式，厂家只需在微信公众号准备每天3.5万元（一个月100万的促销红包金额来计算）的动态资金就可以解决促销所需费用的问题，大大减轻厂家的资金压力。而且，从扫码数据可以清楚的了解到产品动销的情况。即使厂家对消费者实行实物奖励，也可以通过米多系统实现。消费者中奖之后登记自己的收货地址和联系方式，在米多系统的厂家自己后台可以看到。厂家按照中奖消费者的信息，直接在京东商城采购对应的中奖物品发给消费者即可。也不会增加厂家的促销品采购的资金占压。市场中还有很多类似场景，以往都是属于酒企经营中的痛点，但通过“一物一码”（箱码、防伪码、条形码赋能）后都能够很好的找到解决方法。一物一码是米多网络依据传统企业经营过程中的痛点围绕二维码开发的一个集防伪、防窜、溯源、促销、复购、互动等一体化的一套系统理念。米多网络以二维码为核心，微信公众号为载体的移动互联网整体解决方案提供商。独创“全场景赋码”理念。“三重空码赋值”技术，实现“场景+产品”赋码的成功结合；解决企业经营痛点，让企业实现线下销量提升，线上粉丝倍增。米多独创“全场景赋码”理念和“空码赋值”技术专门为传统品牌企业提供基于大数据的防伪、防窜、溯源、产品复购、粉丝互动、社群营销、三级分销、全员开店等一体化、全方位的移动互联网整体解决方案及运营系统。能够有效整合传统品牌的线上线下业务，实现线下销量提升、线上粉丝倍增”。米多荣获广东省质量技术监督局“广东名牌产品”防伪鉴证唯一合作商资格，为1800多家广东名牌产品企业提供赋码鉴证服务。截止2016年初，米多的合作代理商超500家，九江酒厂、美的、格力电器、好迪、拉芳、小糊涂仙、西凤酒业等近2万家传统品牌企业正从米多“全场景赋码”方案中受益。（米多全场景赋码系统主线：增粉-黏粉-转化）