

# 东鹏特饮扫二维码领红包系统

产品名称	东鹏特饮扫二维码领红包系统
公司名称	弥特盈泰(广州)软件科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	优势:成熟案例，服务多家大品牌 特点:低成本高效，提升销量 产地:全国各地有分点
公司地址	广州市黄埔区西成中街10号B栋602房
联系电话	18122310427 18122310427

## 产品详情

一物一码：金罐东鹏特饮“续杯”开盖扫码领红包活动，你猜怎么着？

东鹏特饮扫码领红包系统开发，扫二维码领红包系统、一物一码扫码领红包系统

我们是软件开发公司，不是厂家，消费者玩家勿扰，我们是专门给饮品企业（或经销商）专门做营销活动策划和搭建扫码领红包活动的！！！！

消费升级已经成为当下共识，80、90后已然成为市场消费的主流力量，他们需要满足新的需求，追求更高品质的、更能够彰显个性的优质产品。同时，传统的广告形式已入不了他们的法眼，品牌为了吸引年轻群体的注意力，开启创新式营销之路。如东鹏特饮在五四青年节，以#拼出好青年新主张#为主题的线下线上创新联动式营销活动。

青春风暴席卷四城，戳心文案惊现地铁！

东鹏特饮#拼出好青年新主张#的活动话题发布之后，受到年轻人的高度赞扬和热烈反响，真正扎心年轻人。那么，促使活动扎心年轻人的因素有哪些呢？

五四青年节，东鹏特饮“年轻就要醒着拼”等态度海报登上深圳、东莞、广州、南宁四城地铁广告牌。深圳地铁一号线更被东鹏特饮承包，为在梦想之路拼搏的青年行人送上满满正能量。

列车上的好青年只要扫描态度海报上面的二维码并参加H 5互动，就有机会获得东鹏特饮888元现金红包，更有东鹏特饮金罐或是东鹏特饮微店优惠券。

除此之外，人民网、北京青年报等媒体为东鹏特饮证言，中国好声音第1期励志青年代表金志文在微博上晒出自己的“拼主张”。同时，通过使用扫码获得的电商优惠券以及金罐特饮产品线下友宝兑换券，直接拉动了产品销量。

## 触发消费需求，年轻化战略再升级

这就是东鹏特饮主动拥抱年轻人的方式。他们觉得怎么嗨，东鹏特饮就引导着他们怎么玩。正是因为找准了年轻人的嗨点和痛点，所以赢得了这么热烈的市场响应。

未来年轻人是功能饮料的主流消费群体。东鹏特饮自2016年喊出“年轻就要醒着拼”的战略口号，全面开启了“年轻化”战略新布局。不仅顺应消费升级推出金罐特饮，同时创新营销方式，在热播网剧中植入能与年轻人产生情感共鸣的广告语，全面提升品牌影响力。

近年来东鹏特饮开启了一系列品牌年轻化的战略尝试：2016年东鹏特饮提出了“年轻就要醒着拼”的品牌主张，营销上不断进行创新，全面拥抱互联网，通过包括《老九门》、《微微一笑很倾城》、《三生三世十里桃花》等青春IP大剧的植入营销，《欢乐喜剧人》等娱乐节目的深度绑定，以及聚焦高校人群展开线下活动，现金红包等多种方式与年轻人积极互动和沟通。通过这一系列的尝试与布局，东鹏特饮走出了一条专属自己的年轻化道路。

此外，东鹏特饮在全国开启了较受年轻消费者喜欢的“开盖扫码抢红包”活动，吸引主流消费群体参与，持续拉动销售。在2017年饮料销售旺季到来之时，东鹏特饮聚焦即饮市场，加大对产品的投入和推广，在五四青年节上演一场抢红包的大戏。

## 开盖赢红包

购买罐装东鹏特饮，打开拉环发现二维码，手机扫描二维码（识别率为99%）即可获得现金红包一个，本次活动中奖红包总量为100万个。

拉开红色拉环，大写的红包二字，提示简单粗暴

拉环背部发现二维码

扫描二维码，进入活动页面，提示摇一摇抢红包

服务通知，收到一个来自东鹏特饮的红包

金罐东鹏特饮零售价5.5元，获得2.8元红包，心里有点小窃喜

一罐一码让品牌与消费者之间产生共鸣，东鹏特饮通过年轻化战略的实施和“差异化+创新性”的营销方略，让年轻消费者从多个维度与其产生品牌共鸣，从而实现深度粘合，助推东鹏特饮成为功能饮料市场新的消费潮流。

正如林木港副总裁在本届糖酒会接受采访时所说：“80、90后正成长为市场消费的主流力量，他们追逐满足新的需求、更高品质、更能够彰显个性的优质产品。这些趋势对于东鹏这样注重新品研发、拥有先进的生产设备、营销方式积极创新、注重产品品质的企业就是很好的机会。东鹏特饮将持续推动年轻化战略，以年轻化的品牌内涵及实力派的产品形象，开创出独属东鹏的功能饮料强者之路。”

再小的品牌，都有自己的大数据引擎；获得大数据，目前较佳承载平台是“企业公众号”，通过了解用户地区、性别、购买记录、消费习惯等数据形成用户画像。

大数据引擎系统，助力传统企业实现产业互联网时代的“四个现代化”，即：企业平台化、品牌人格化、产品个性化、全员创客化。

索取

东鹏特饮扫码领红包促销方案

一物一码更多应用方案

渠道管控方案

质量追溯方案

激励导购方案