

白酒啤酒行业一物一码扫码领奖，不得不了解的营销新方案

产品名称	白酒啤酒行业一物一码扫码领奖，不得不了解的营销新方案
公司名称	广州市互诺计算机科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广州市越秀区沿江中路313号1205房
联系电话	15322023216

产品详情

白酒啤酒行业一物一码扫码领奖，营销新方案

经过几年的发展，白酒啤酒行业逐渐回暖，迎来了新的复苏周期。在消费升级的背景下，虽然消费者对白酒啤酒的印象还保留着传统、保守的印象，但是随着消费群体的年轻化个性化、消费需求的多样化，这些年来白酒啤酒行业纷纷转型，在包装、价格、口感和营销上适应年轻人口味，争夺年轻人的未来市场。

目前因为区域白酒啤酒龙头企业和所有一二线白酒啤酒都在加大力度推广高端白酒啤酒，所以高端白酒啤酒市场份额有碎片化趋势。高端白酒啤酒销售不再依赖传统渠道代理商，高端白酒啤酒销售主要依赖区域消费者意见领袖推荐和圈子营销，这种渠道模式区域酒厂更占有优势。

怎么让年轻消费者成为酒企的忠实客户，这是所有传统白酒啤酒企业想要知道的问题。

白酒啤酒品牌商的经营难题主要有以下四点：

1、产能过剩，增长放缓

一直以来，白酒啤酒产业产能过剩都十分明显，产能在放缓，白酒啤酒行业已经从黄金十年的扩容式增长，改变为以名酒为主导的挤压式增长。

2、区域定价，窜货严重

众所周知，白酒啤酒行业是区域特征特别明显的行业，为了提高区域竞争力，实行的是区域定价。

3、终端促销，收效甚微

传统白酒啤酒品牌商做营销，主要以终端促销模式为主，但由于营销费用被层层截留，营销效果总是不如人意。

4、假冒伪劣产品 扰乱市场

假冒伪劣产品，是白酒啤酒市场的痛点，严重扰乱市场的发展，最明显的例子就是龙头企业茅台。

事实上，面对上述这些难题，酒企也做了很多尝试，尤其是转型互联网+，譬如入驻淘宝京东，但是发现被渠道商控诉，而且流量也不是自己的，还要花大价钱去买广告位，真是吃力不讨好；也有做新媒体营销的，十几万投放一个软广，发现也就微微泛起一个涟漪；说好的互联网转型，貌似并不顺利。

针对白酒啤酒市场的种种，互诺一物一码防伪溯源系统通过二维码防伪溯源理念技术，对酒企线下高频场景进行改造，给出一套堪称完美的解决方案，据悉，泸州老窖、顺德酒厂、九江双蒸、茅台葡萄酒、毛铺苦荞酒等多个品牌采用了一物一码防伪溯源方案。这个一物一码营销方案的实施“共分四步”：

第一步：以品牌的公众号为载体，与一物一码防伪溯源系统绑定，采用一物一码技术，打造一瓶一码。消费者买酒的时候，看到瓶身的二维码，扫一扫就能够辨别真伪，解决了打假问题。

第二步：消费者通过这个二维码不仅能验证真伪，还能通过扫码获得礼品，积分、流量、话费、红包、实物等，你说送啥就送啥，消费者一开心，或者是为了不让“赚”到的积分、红包失效，想要获得更多的流量、实物等，就会“再来一瓶”，线下销量就这样蹭蹭蹭地提升了。

第三步：消费者扫码领取奖励同时就直接关注了品牌的公众号，客户都直接来到你的地盘了，那不是你说促销咋玩就咋玩吗？买酒送礼物，再也不用担心促销被截留的问题，直达消费者手中，终端促销的问题就这么轻松解决了。

第四步：针对渠道商，互诺一物一码防伪溯源系统有专门的防窜货系统，用箱码对渠道进行改造，以防窜条码和二维码套标关联结合，酒企通过后台，能够清楚地看到发往福建的货有没有窜到北京、上海去，窜货问题就解决了。

到这为止，眼前的问题是解决了。与此同时，通过一物一码营销活动，品牌商也完成了数据的收集与获取，因为每一个扫码领取奖励的消费者信息会回流到品牌商后台。之后，打通CRM、ERP等系统，使企业拥有“用户ID、产品ID、标识ID”三位一体的“活数据”。通过数据分析与挖掘为企业提供用户画像、用户需求、营销效果等分析，完成数据管理的闭环，最终用户数据资产私有化。

但是要怎么样才能让年轻消费者“爱上”白酒啤酒产品并成为忠实客户呢？这个时候需要一点套路——善用扫码策略，直接激发消费者的购买扫码欲望，这里为大家列举3个扫码策略：

策略1

首次扫码

必中大额红包激励，提升复购率！

根据以往客户的扫码活动经验，首次扫码的用户扫码率较高，新用户看到有活动，兴趣较大，扫码概率会高一些，但是很多用户扫码第一次，第二次扫码的概率就会变低，因此采用首次扫码必中大金额奖项。再通过定点区域推送营销活动，迅速引爆口碑！一人得奖，100人知道！类似于支付宝线下付款瓜分红包的套路，效果绝不会差。

策略2

1比9裂变，让产品家喻户晓

产品瓶盖二维码可支持10人扫码参与互动，即一瓶酒可支持一桌消费者都参与互动！1比9裂变，分享给朋友还能再获得一次抽奖机会，传播速度快，裂变效果恐怖！最终增强知名度，疯狂提升复购率！！

策略3

第N瓶半价，买到停不下来

在一物一码防伪溯源系统后台可以自定义设置，消费者扫码扫到第N瓶的时候，系统会自动发放给消费者一个现金红包，红包金额为一瓶酒的一半的价格。第N次扫码半价，提高消费者主动扫码动力，持续增加复购率！

备注：营销活动期间，三种扫码策略可叠加使用

同时搭配丰富的奖品以及高超的领奖方式，让消费者买个不停，扫个不停！针对时间节点送出大奖，把控活动效果，奖品是营销活动的催化剂。

1、白酒啤酒品牌商可以分两个阶段来发放礼品

活动前期：实物大奖为主，集中引爆，把活动推向高潮；

活动后期：红包、礼券类奖品为主，维持活动热度（从而降低奖品成本）。

2、领奖有策略，让消费者帮你做宣传

让消费者帮你宣传，是最有效的宣传方式。在领奖过程中，设置领奖规则，比如说消费者中奖，要主动要求获奖者拍照或拍视频发朋友圈或微博等社交平台，以此来进行二次传播。

所以白酒啤酒品牌商可以采用了两个领取奖品的策略：

消费者中出实物奖品

消费者必须到指定门店领取

- 1) 消费者参与扫码活动中了实物礼品，必须到附近的门店领取；
- 2) 领取时间必须在中奖的两三天后（方便实物礼品发货到指定门店）。

虚拟卡券类奖品直接线上领取使用

消费者到店领取的时候，门店老板必须要求中奖者自拍发朋友圈、录一段小视频上传到抖音或快手，为产品做宣传，同时也是了门店做宣传！

总而言之，想要虏获消费者的芳心，一定要围绕消费者的根本需求来做营销。在做一物一码营销的时候，从消费者的需求出发，选择适合的扫码策略、消费者喜欢的奖品，成功触发消费者的情感，增强消费者对白酒啤酒品牌商的好感，才能虏获消费者的芳心。

一物一码营销优势很多，门道也很多，这里无法一一进行详述。互诺在为企业进行一物一码防伪溯源同时，加入营销元素，通过互联网基因给产品带来爆发式的营销增长，想要销量暴增，微电咨询。