

可蓝一物一码厂商，二维码红包，标签印刷

产品名称	可蓝一物一码厂商，二维码红包，标签印刷
公司名称	立返利（北京）信息技术有限公司
价格	1800.00/10000
规格参数	
公司地址	北京市海淀区学院路金码大厦B座20层
联系电话	4006269026

产品详情

据统计，很长一段时间，饮用水行业都处于快消品销量第一的位置，无可动摇。在各个超市、商场，都是必备商品，利润空间较大。不过提到饮用水，大家很快能想到的品牌就是固定那几个，饮用水市场已经趋于成熟。对于中小饮用水品牌来说，尽管一年饮用水销量能达到50亿吨，但是中小品牌占额只有十分之一左右，饮用水行业呈现“一超多强”的局面。那么除了“有点甜”的农夫山泉、“贵族”百岁山等大品牌，中小品牌就真的没有机会崛起了吗？并不是！可蓝矿泉水作为饮用水行业的新起之秀，通过一系列的变革之举成功抢占市场，在饮用水行业拥有了“姓名”。

先简单的介绍一下这个新起之秀，可蓝天然矿泉水来自世界三大矿泉水水源地之首的中国青岛崂山，早在1905年青岛崂山就诞生了中国第一瓶天然矿泉水。其从高密度岩石裂隙渗透而下的矿泉水甘甜爽口，含有丰富的偏硅酸、锶、钙、镁、钾、钠等二十余种对人体有益的微量元素，长期饮用对人体有促进健康、延缓衰老的功效！

那么可蓝是如何打破饮用品市场“一超多强”的局面的呢？

- 1.产品升级：**可蓝有优良的水源地，来自世界三大矿泉水水源地之首的中国青岛崂山，产品的品质有了保障，并且，可蓝还引进国际先进无人化生产技术，坚持水源地0距离直接灌装，让水质更安全更健康，纯天然的矿泉水满足你的需要。除此之外，可蓝还对产品的外包装进行了升级，湛蓝色的外观更符合产品天然泉水的内核，让消费者感受到扑面而来的凉爽气息，加大了可蓝的吸引力。
- 2.定位精准：**可蓝品质佳味道好，把品牌定位在高端饮用水产业，提倡升级饮水观念，健康饮水。这样的定位吸引了注重健康养生的高端消费群体，获取了一定的市场份额。
- 3.智能营销：**中小品牌想要抢占市场，需要更快的被消费者知道并关注，所以可蓝没有选择传统的大卖场降价的营销方式，而是选择与利多码合作，启动一物一码进行升级版智能营销。利多码作为国内领先的一物一码品牌，已经服务了10万+品牌，主张让每件产品都帮你营销。利多码在每瓶可蓝饮用水的瓶盖上面，喷涂一个二维码，当消费者购买产品后，即可打开瓶盖，扫码填写表单领取现金红包或专享卡

券。这种新颖的智能营销比传统的促销方式更有趣更便捷，为可蓝提供了“病毒式”的传播。

可蓝的一物一码智能营销究竟带来了什么？

1. “揭盖扫码赢大奖”提高了品牌曝光度 可蓝通过一物一码，扫码送福利的营销活动，在市场上获得的极大的曝光量，吸引了消费者的目光，饮用水的销售量不断攀升。而且这种智能营销相比于传统广告宣传来说，价格更低但传播效果更好，使可蓝这一品牌成功进了消费者的眼，入了消费者的心。
2. “一物一码”拉近了品牌与消费者之间的距离 品牌商想要提升销量，需要清晰的了解消费者的喜好，与消费者进行良性互动。可蓝通过给饮用水一一赋码，给商品注入了互联网基因，让商品成为沟通消费者的桥梁，拉近了双方的距离，赢得了消费者的喜爱，使可蓝收到更多的关注。
3. “表单信息收集”方便品牌构建用户体系 消费者在扫码领福利的过程中，可以收集到他们的消费信息，并且可以添加表单，收集品牌想要了解的消费者数据。可蓝得到这些信息后，可以构建品牌用户体系，拥有自己的消费者大数据库。品牌可以通过分析用户画像，更好的调整品牌营销战略，为消费者提供更好的服务。

可蓝通过一系列的创新，稳步提高自己在饮用品市场的占有率，在饮用品市场趋于成熟之际，拥有了一席之地。而且有了利多码一物一码智能营销，可蓝能更快的传播，更快的构建自己的用户体系，走在很多中小饮用水品牌的前列。相信可蓝以后的发展一定会更快更好。