

# 昆仑山矿泉水会员积分商城平台开发

产品名称	昆仑山矿泉水会员积分商城平台开发
公司名称	广州量子云力科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	积分兑换平台:13597 咨询优先拨打:13597
公司地址	广州天河区棠下
联系电话	13392470121

## 产品详情

昆仑山矿泉水会员积分商城平台开发，昆仑山矿泉水扫码领积分软件开发，陈经理:181.4489.0392(可微可电)昆仑山矿泉水活动营销平台开发，昆仑山矿泉水互联网营销平台开发，昆仑山矿泉水零售商城开发，昆仑山矿泉水开箱扫码领奖励模式介绍。

品牌，是企业信誉、经营规模、产品品质的综合体现，是消费者对企业产品及服务的认可。然而，在消费升级的时代，产品质量、价格高低已不再是消费者的首要考量因素，如今的消费者更侧重于服务体验。

品牌商想在前进路上更稳，就必须打造四个现代化“品牌人格化、产品个性化，全员创业化、企业平台化”，利用一物一码快速建立品牌与消费者之间的深度认知。

\*\*云码为品牌商建立了属于其自己的大数据引擎，品牌和消费者之间会打破之前渠道方带来的隔离，由此品牌商可以更了解消费者，展开更具针对性、更多触点的营销活动。甚至，品牌厂商可以根据整体扫码情况，预估消费者的实时消费情况，并由产品批次信息倒推成品库存量，及原料库存量，对组织生产产生价值。

昆仑山案例：一箱一码扫码互动营销

昆仑山矿泉水这波一箱一码扫码营销活动，参与者可以是消费者也可以实终端零售门店老板。消费者购买整箱/提昆仑山雪山寻源互动装产品，开箱扫码即可参与营销活动。而这波营销活动更多是针对终端零售门店老板的，门店收到经销商的货之后，即可开箱扫码，矿泉水商家售卖。

对消费者而言，利用一箱一码扫码营销活动丰厚的奖励，大大增加了消费者的购买欲望。而且直截了当的操作更是提高了消费者对品牌的好感度。

而对终端零售门店而言，借助箱码大大刺激了零售商的开箱率、上架率、商品陈列，零售商在开箱的过程中，发现箱码（箱码的印刷也尽量采用一片式包装，即包装要完全破坏才能扫到二维码，包装上要有

扫码有奖的提示语)，扫码获得奖励，会让零售商想重复的开箱获取奖励，就会想办法从而会引导消费者尽快的把产品销售出去。

对于一物一码的认知，相信已不再陌生。笔者\*\*也借助这篇文章，与大家再次阐述一物一码的来龙去脉！其中包括标识、全场景赋码、空码赋值等理念，如下：

标识：即一物一码，码即编号ID，能力即防伪、营销、防窜、溯源等

全场景赋码理念：场景即特定情景下人、物、事，全场景是指所有跟码有相关联系的情景，例如防伪场景、营销场景、防窜货场景、溯源场景等；赋码的意思是为场景下的人、物、事进行编号，赋予唯一的标识；赋码通常以数码、条码、二维码、RFID等为载体，通过贴标、喷码、激光雕刻、一体化印刷等方式实现。

空码赋值技术：“码”，即标识，也称为编号ID，码生成后只具备唯一标示性，不具备任何意义，此时的码即为空码；“赋值”，即赋予能力与属性，而能力和属性可分为原生、场景、活动三大类，成为三重属性；例如：当某个场景要用到码时，便赋予码的场景值，场景值也决定着码的能力，能力对应的便是不同的属性，同时根据场景，明确码的原生值；当场景需要用到活动营销时，便可赋予码的活动值，活动值同样对应的是不同的属性；

“\*\*云码大数据引擎”作为一物一码行业\*\*人物，全新升级一物一码，实现智能营销码、超级导购码、\*\*溯源码、防窜货、防伪、动销码等功能，更好地摸清自身品牌的定位，形成更有效的战略布局。