

王老吉开拓 C2B 模式，玩转「新制造物种」

广告主：王老吉

所属行业：饮料

执行时间：2019.11-12

参选类别：创新营销类

营销背景

作为拥有丰厚文化资产的 190 年品牌，王老吉将“怕上火，喝王老吉”成功植入消费者心智，建立了以功能性为主的消费场景。2019 年，Z 新生代成为消费主力，他们崇尚个性与自由，其思想与行为习惯是多元化的。王老吉的营销模式也需发生改变。

面临的挑战和困难：

针对 Z 新生代的个性化需求，王老吉曾尝试在天猫平台推出定制产品。但天猫平台的定制功能单一且有多重限制，同时用户流量最终流向天猫。

因此，如何为王老吉打造创新定制营销，让王老吉成为真正的“新国潮”，建立与 Z 新生代的情感链接，是本项目的重要课题。



营销目标

目标一：挖掘新生流量，将传统制造业转型成为「由消费者主导的制造业」，创造与年轻人对话的消费场景，成为“新国潮”。

目标二：建立与消费者的全渠道链接，构建新生态圈，提升凉茶行业的产品附加值和消费体验，从而推动凉茶产业的价值升级。

策略与创意

核心策略：

踏出自建 C2B 商城模式第一步，打造品牌私域流量平台，提供圈层化个性化服务，进行精准化运营，推动王老吉实现数字化和智能化转型升级。

项目亮点：

亮点 1：打造新制造物种，为消费者提供便捷、高效、个性的私人定制服务——为王老吉打造饮料行业首个私人定制小程序。

开创基于消费诉求的个性化生产模式，以用户需求为核心提供多种场景定制化服务，达成销售转化。同时用户的需求直达工厂，极大减少供应链的中间环节，解决了传统模式下的库存难。

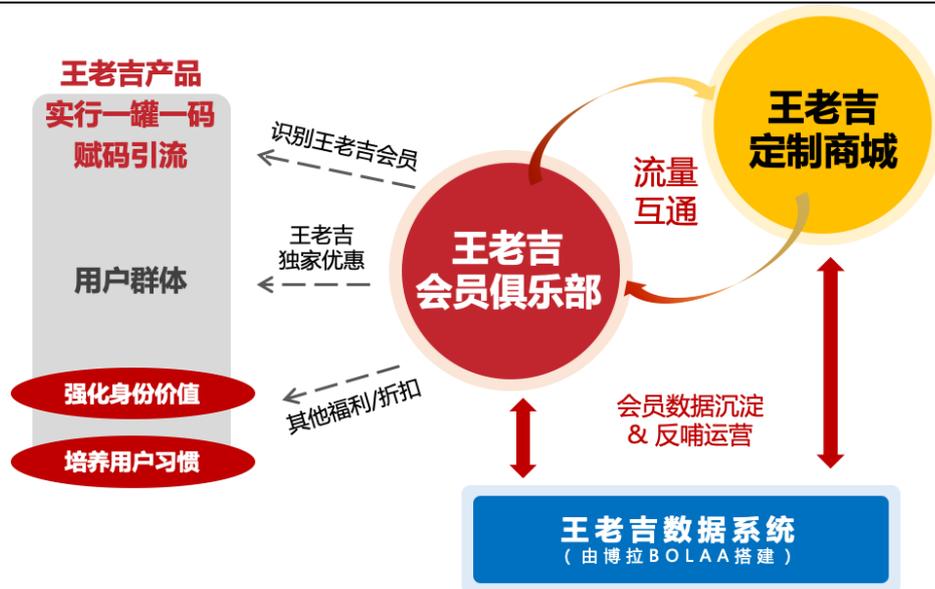


亮点 2：打造品牌私域流量平台，进行精准化运营，助力销售引流，构建超吉+新生态圈。

针对王老吉现有的千万级会员数据，以“大数据+技术产品+应用服务”驱动，同时为王老吉打造全新会员平台，完成新一轮王老吉会员的累积与盘活。

1、搭建多功能后台系统和大数据管理系统，并与包括微信生态在内的多个系统接口打通，形成完整体系的王老吉私域流量图。

2、协同定制商城平台，形成线上销售关联，助力超吉+平台实现数字化再升级。



亮点 3：深耕 Z 世代新人类市场，颠覆年轻人对王老吉的视觉印象，加码王老吉“新国潮”布局。

作为双平台的重要亮相，王老吉跨界与最受 Z 世代欢迎的游戏 IP 《和平精英》合作。

- 1、将王老吉元素植入游戏的同时，还同步衍生与游戏相关的营销互动，在私人订制小程序上架和平精英的定制模版，让消费者打造属于自己独一无二的专属定制罐。
- 2、用户通过上传自己的照片，与自己喜爱的游戏虚拟形象产生连接，打破次元壁，颠覆年轻人对王老吉的视觉印象。
- 3、为双平台带来首波流量，引发年轻人大规模热议。



执行过程/媒体表现

阶段 1：从 0 到 1，实现消费端首个 C2B 商城。

从规划到构建全程紧密推进，用 1 个半月的时间将定制商城完成了从 0 到 1 的初始建设，并正式面向市场投入使用；商城两大特色商品体系：场景定制+社交礼品卡。

多种个性化场景定制模板，让消费者可结合表白、祝福、鼓励等不同的消费场景进行定制，实时预览 3D 罐身效果，实现自我表达。

礼品卡定制产品，成为年轻人的新社交货币，构筑王老吉与用户、用户与用户之间的情感化、数字化连接。



阶段 2：能力升级，进行会员累积及盘活价值。

全新王老吉会员平台紧接上线，在配合定制商城引流同时，担当联结底层数据能力的作用；通过持续盘活会员人群，运用底层大数据驱动转化，进一步发挥用户流量价值。

打造五大会员版块，发挥用户流量价值

整合王老吉多平台资源，在会员平台内以互动方式不断唤醒王老吉会员感知，并引流至定制商城。包括会员积分商城，积分大转盘互动，爱心助力，会员日版块和任务礼遇等模块在内，均有不同的价值驱动指向。



阶段 3：隆重亮相，集中式曝光快速引爆。

王老吉联合腾讯和平精英、微信小程序三方召开“和平精英战略合作暨小程序发布会”，并同步进行集中式推广。包括：微信朋友圈广告、精准人群包投放、联合食品行业/互联网行业头部 KOL 推广等，快速为定制商城带来流量及打响知名度。



营销效果与市场反馈

一、营销效果

成果 1：王老吉自建 C2B 平台，首创新体系初见成效。

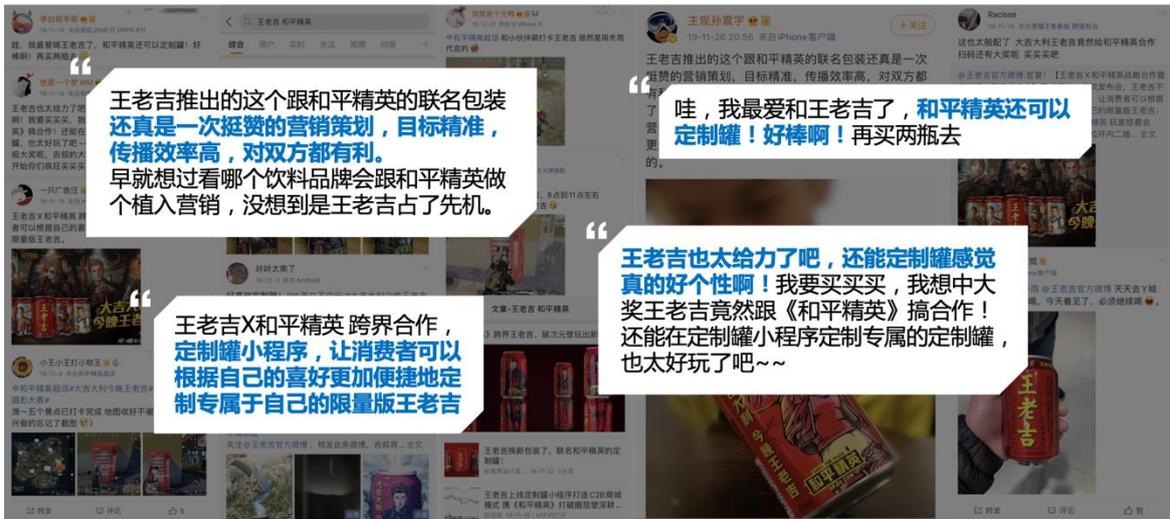
王老吉作为传统饮料行业中的领头品牌之一，首次自建 C2B 平台并高效上线，快速地在市场对商业模式进行营销验证，无论是传播、销售还是创新体系均初见成效。



成果 2：构建王老吉私域流量池闭环，凉茶用户数据已破千万。

王老吉私域流量池的数据链条及承接平台完整搭建后，用户数据增量明显。从小程序上线至今，会员数量破 1006 万+，凉茶大数据的挖掘有了量和质的提升，数据资产价值进一步得到升级。

同时，也斩获消费者认可，在微博上获得高度关注。



成果 3：领先品牌的持续创新，在同行及异业都带来极大的关注和反响。

作为国民品牌，保持创新尝试及领先步伐非常重要，业内首创的平台不仅成为热议话题，更为品牌创新开拓出新道路，树立了同行中极有价值的参考案例。

二、外部反响

食品行业头部 KOL【小食代】：王老吉让凉茶行业在有序发展中拥有了更多的可能性和拓展空间，正引领着凉茶行业走向高质量增长时代，新势能新赛道给了业内更多想象。

互联网行业头部 KOL【爱范儿】：王老吉跨界和平精英定制罐，玩出来的新制造物种。

营销行业头部 KOL【TOP 营销】：此次跨界合作并融合小程序定制罐等玩法，可谓是助力品牌年轻化，抢占主力消费群体市场，极为聪明的做法。

营销行业头部 KOL【一指品牌官】:未来几年将是用户大规模释放个性定制需求的时候，饮料行业将迎来 C2B 定制模式新机遇。对王老吉来说，C2B 常态化道路将前景广阔，未来可期。

王老吉与和平精英的跨界合作，以及C2B新模式受到多位行业KOL的赞誉。

