

十足便利店零售+品牌+互动游戏 破圈成为跨界联合营销新范式

- 品牌名称：十足便利店
- 所属行业：零售
- 执行时间：2024.06-08
- 参选类别：跨界联合营销类

结案视频

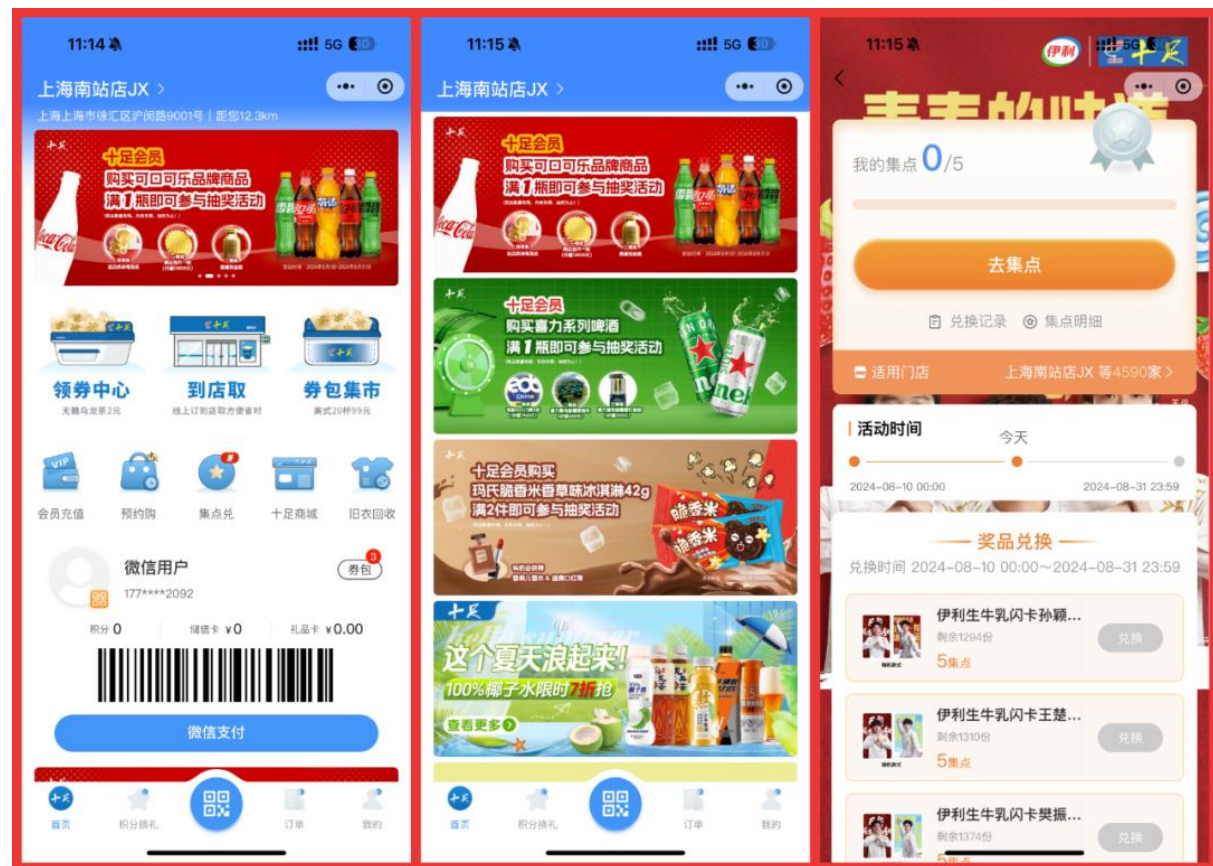
直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

https://v.youku.com/v_show/id_XNjQ1MDU2MDY3Mg==.html

- 作为浙江区域本土便利店品牌十足便利店，勇于突破“舒适圈”，在山东新开便利店2000家，由区域型零售品牌向全国性品牌进阶。跨地区发展对其资金储备、供应链管理、经营效率等系统化能力提出更高要求。并且基于零售企业对消费者触达、交互方式单一，导致消费者权益感知钝化、体验下降，同时造成营销成本增加、ROI下降、会员粘性低、转化差等现状。十足便利店亟需寻求新赛道，联合门店内消费品牌抢占消费者心智。



- 以年轻人这一优质客流群体为主要对象，充分利用其爱玩的天性，通过**CVS小程序+互动营销SaaS**相结合的方式，以全域游戏化创意为核心，为品牌在十足便利店打造丰富多样的营销玩法。实现不受场地限制、无需实体物料，能够快速上线爆款营销活动，直接引导顾客在店消费，达成“品销合一”，从而持续提升销售转化率，有效沉淀会员的LTV价值。





门店+品牌+游戏
=顶流爆款

便利店场景营销新浪潮借势奥运与暑期热点，**运用零售+品牌+互动游戏，完美融合线上线下场景优势实现游戏差异化营销**，十足便利店在 2024年6-8月期间，连续借势奥运营销节点，围绕奥运主题运动比赛、比分竞猜、抽奖等互动游戏形式抢占消费者心智。



- 在十足微信小程序打造零售端营销互动平台，为门店消费品牌带来新流量及私域会员转化留存，同时把品牌融入到门店场景，深度影响消费者品牌感知，加大**给品牌灌输十足作为门店能为品牌带来价值。**
- 把更多好玩、有趣的游戏玩法引入到便利店购物场景，**激活更多年轻客群的社交、体验、情绪消费和价值。**
- 平台的互动数据分析能力让品牌和门店能**及时准确把握活动效果，制定和优化营销策略。**



- 零售商提供活动入口和广告位露出，品牌商投入活动预算与奖品，我司提供天玑平台与UTC产品码作为技术支持。顾客扫码进入“十足CVS”微信小程序首页，就能看到多个品牌的互动游戏，加入会员后参与互动赢取好礼及优惠，将年轻粉丝、饭圈流量转化为会员。

十足智能互动平台由我司天玑SaaS提供智能化管理，助力十足便利店优化流程，提升工作效率。

运营效率提升

在“十足CVS”微信小程序首页，消费者可一览所有门店品牌互动游戏，加入会员后参与互动体验赢取好礼及优惠，从而达到引流目的，与年轻消费者、品牌拥趸粉丝深度互动。我司天玑SaaS提供游戏模版，契合时事热点、重要节气、联名IP等营销元素，支持小程序/H5全域嵌入，一键部署、快速上线。串联会员任务体系、积分消耗等，增加会员粘性活跃。

游戏引流

十足智能互动平台由我司天玑SaaS提供数据分析功能，从而能更准确地把握市场趋势，制定营销策略。借助天玑SaaS的顾客管理系统，能更详细地了解顾客需求，提供个性化服务，增强顾客满意度。

精准数据分析

- 6-8月奥运档，百威奥运扭蛋机、可口可乐集点赢巴黎奥运水晶球、伊利冰品抽奖、十足热血足球赛等奥运主题相关游戏，**平均会员转化率超70%**。
- 可口可乐于奥运期间在十足便利店小程序中上线了“集点赢巴黎奥运水晶球活动”主题互动游戏，消费者购买可口可乐后即可获得游戏次数，抽取“莎头”限定款水晶球礼品，吸引了大批粉丝到十足便利店购买可口可乐，并主动把活动分享到各个社交媒体，赢得超高的流量曝光和销售转化！
- 据不完全社交媒体数据统计，
已超3亿次曝光
200 万次互动
招募超 24,000 名新会员。

互动游戏+CVS小程序+品牌活动，在我司的撮合下，便利店不再是自娱自乐的“小院子”，而是全域场景营销的“大剧场”，**品牌营销资源和门店流量触点在这里深度整合、全域联动，演绎出更多具有创新性的营销玩法和经营策略**，打造线下流量场景的头部平台，开辟了便利店行业的新竞争格局。

门店+品牌+游戏模式，打开了零售渠道营销的新格局

- **零售侧**：私域互动营销平台，全面打通后链路转化，引流品牌渠道全维联动，引流品牌拥趸粉丝资源，实现品宣、会员转化、销量全面增长。
- **品牌侧**：帮助品牌以十足小程序为平台，无缝衔接全域渠道，运营小程序游戏有效缩短品牌和渠道会员的沟通和情感距离，推动品牌由“渠道营销”向“会员营销”快速转型，重新掌握流量和会员的主动权。
- **效果侧**：全场景需求引爆，即时承接助推转化，助推生意增长。