

#让品质 真实看得见#三元全产业链溯源之旅

- **品牌名称：**三元
- **所属行业：**食品生鲜
- **执行时间：**2024.05.01-06.20
- **参选类别：**种草营销类

一、项目背景：通过“透明化工厂”品质溯源之旅，让三元牛奶品质真实看得见



二、项目目标：以工厂溯源为核心，强化安全品质与用户深度体验，抢占高端品线用户心智

品牌认知升级

提升消费者对三元安全品质保障的认知

认知

用户圈层突破

触达高净值人群（中产家庭、健康生活方式群体），扩大用户覆盖

用户

高端品线占比提升

通过内容种草与促销联动，「极致系列」销售占比提升30%

销售

信任资产积累

探源「透明工厂」，强化消费者对生产流程的信任感

信任

#让品质 真实看得见#三元全产业链溯源之旅 阶段目标

长期心智占领，将值得信赖的品牌主张渗透至更多目标人群

第一阶段（溯源体验）

“透明工厂”极致探源行动
沉淀更多UGC文章，提升品牌信任度

第二阶段（促销转化）

提升极致系列（高端品线）占总体销量的占比
强化用户对三元高端品质的认知

三、策略及创意亮点

溯源探访强化信任



科研实力
【真】安全

三元
北京工业园



差异化技术呈现

提炼产品优势，区隔竞品

“体验式营销”
+
“内容电商联动”

消费决策的集散地
品牌营销的天然场

“创意亮点”

情感化圈层共鸣

通过KOL+KOC探访日记，正向传递品牌理念

内容+促销形成闭环



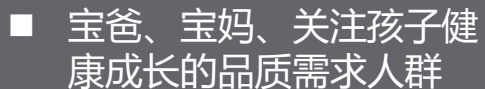
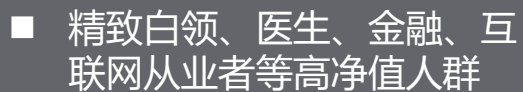
跨界资源整合

结合平台优势，联动不同领域KOL，内容破圈

四、分阶段执行与媒介优化组合

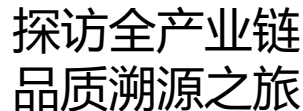
Phase 1: 溯源探访+信任资产沉淀

溯源人群筛选



*基于什么值得买用户购买偏好标签进行用户筛选
消费频次>2次/月, 月均消费金额>800元

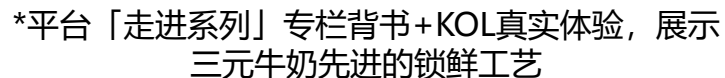
执行流程



***#三元牛奶让品质真实看得见#，探访全产业链品质溯源之旅，生产环节可追溯，质量立市，品质为鲜**

传播推广

PGC (权威背书) + UGC (内容下沉) 组合推动

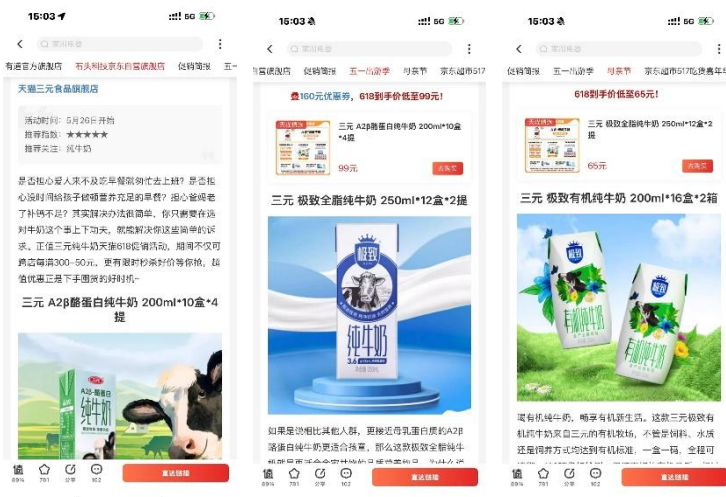


四、分阶段执行与媒介优化组合

Phase 2: 内容联动+电商促转

内容联动

聚焦三元牛奶品质优势
将传播势能转化为电商势能



*将「探源之旅」活动与产品功能点、卖点结合，释放出三元品质值得用户信赖的品牌价值点

促销政策+卖点解读

高效带动三元店铺全品活动热量
实现热销单品的正向推广



*通过有效外促政策推动，实现探源之旅的后端销售转化下沉落实，完成全店销售与热卖单品的有效互补

重点投放推流



*结合受众消费习惯与浏览偏好，锁定不同行业的消费标签进行投放，持续提升三元的品牌曝光，加速用户的消费决策

五、营销活动效果及数据概览

品牌层面

- 通过探源之旅，将三元“透明工厂”理念传递，让用户感受到品牌值得信赖的诚意

销售层面

- 整体销量提升，三元小方白、三元特品、三元极致有机等，其中，极致系列（高端线）销售占比提升超**35%**

行业价值

- 生产环节可追溯,质量立市,品质为鲜，三元为消费者缔造信赖体验，为行业正向发展提供助力