

名酒新机遇 数智创未来

——泸州老窖头曲紧抓“浓香700年”价值机遇 挺进全域数字化

“发展数字经济是把握新一轮科技革命和产业变革新机遇的战略选择,是构建现代化经济体系的重要引擎。”泸州老窖紧跟时代浪潮,在公司“136战略”规划中,明确提出“建设数智泸州老窖”的关键任务,以数字化手段,打通管理、采供、生产、质检、营销、服务价值链条。

2023年是泸州老窖头曲实施数字化变革的关键之年。数字化终端拓展、核心场景建设、名酒价值驱动、数智化工具匹配、bC端高效联动等一系列措施,有效打通了终端会员与消费者会员双高速通道,用行动和成绩印证着完成“十四五”目标的信心与决心。

2024年,泸州老窖头曲将在“浓香700年”的机遇引领中深挖品牌优势,进一步提升大众名酒与数字营销的融合,持续夯实“百元价位最赚钱名酒”的价值根基,携手全国经销伙伴共赴大众名酒新的财富之路。

头等价值 传承700年的浓香品质



从1324到2024 名酒品质赋能头曲全域推广

回顾过往,泸州老窖头曲以泸州老窖荣获“中国名酒”称号70周年为契机,积极掀起名酒70年热潮,聚力名酒价值传播,坚定不移推进大单品战略,在业内外形成了广泛影响,全面推动了名酒复兴与行业发展同频共振,也进一步巩固了泸州老窖头曲名酒影响力。

泸州老窖作为唯一蝉联历届“中国名酒”称号的浓香型白酒品牌,其传统酿艺赢得了广泛的口碑和市场认可。迈入2024年,恰逢泸州老窖酒传统酿制技艺赓续传承700年,与之一脉相承的泸州老窖头曲,将紧抓“传承浓香700年”的价值机遇,以头等酿艺酝酿头等好酒,以经典口感回馈头曲粉丝,以创新营销激发渠道活力,为头曲品牌的跨越发展注入强大动能。同时,结合“浓香700年”母品牌价值引领,泸州老窖头曲将进一步挖掘“喝头曲·开好头”的品牌诉求,聚焦核心消费场景、消费人群、经销客户进行民俗IP活动、大众体育赛事、节点会员互动、双节数字化推广等系列营销动作,为全域市场深耕赋能。



规模发展 泸州老窖新塔基踏实之路

全面焕新 助推头曲高质量发展

2023年,泸州老窖头曲以营销数字化战略为牵引,锚定规模化终端与规模化消费者目标,攻坚克难下沉扎根,通过五码焕新、活动焕新、终端焕新进行综合布局,助力泸州老窖头曲高质量发展。

五码焕新 产品为核,名酒当先

泸州老窖头曲完成了数字化五码产品升级,老头曲五码产品率先焕新上市。立足于“春雷行动”的全力执行,老头曲五码产品覆盖率、渗透率、开瓶率、激活率持续提升,覆盖终端40万余家,覆盖核心区县超300个。泸州老窖头曲畅享中国70余年的名酒价值在数字化加持下充分释放,受到全国经销客户与消费者的热烈追捧。



活动焕新 场景破局,突围市场

基于市场节奏和消费场景,泸州老窖头曲围绕“喝头曲·开好头”的品牌主张,在不同时间、不同渠道给予消费者和终端具有品牌个性的营销氛围与体验。在夏季,以“冰鉴正宗”为主题,在终端开展品饮活动,为消费者带来高品质白酒的冰饮体验;在冬季,以“喝头曲酒·吃头牌菜”为主题,开展买酒送菜活动,让消费者感受高品质白酒带来的仪式感;在宴席场景,以开瓶为核心,构建品牌营销场景,给予宴席主家满满的获得感……泸州老窖头曲紧紧围绕消费场景完成“产品-终端-消费者”的有效联动,强激活、促开瓶、提复购,规模化触达消费者,让品牌内容的输出更具感染力,让头曲消费者建设焕发新活力。

终端焕新 合作发力,共建共赢

立足“春雷”与“秋收”两大关键市场战役,头曲厂商团队全面重构了头曲核心单品的网点布局,围绕“高覆盖、高渗透、高开瓶”的目标焕新终端生动化、加速宴席服务站建设、强化开瓶

激活体验,用实实在在的终端权益打通渠道壁垒,以bC一体化高效联动助力网点覆盖与活跃终端稳步提升,相信品牌、相信品质、看见财富、看见未来,真正发出了共建共赢的最强音。

赶超跨越 引领大众名酒新未来

结硬寨,打胜仗 坚定战略引领头曲向高突破

2024年,是大成浓香公司数字化运营向“全域数字化”跨越的关键时期。在浓香700年的价值号召下,泸州老窖头曲更将坚定数字化战略不动摇,高效推进BbSC数字化运营体系,持续优化“高覆盖、高渗透、高开瓶、高激活”业务链路,全面开启“双高速、双会员”的运营与连通,持续巩固泸州老窖头曲大众名酒地位,打造中国大众白酒消费引领品牌。

实施头曲大单品打造,有序推进产品形象焕新,持续以名酒的价值、品质、性价比赋能市场运营,做好“喝头曲·开好头”的主张传播,建立头曲作为大众名酒“好喝、实惠、有面子”的口碑传播,打造头曲佳节宴席、家宴聚会、朋友即饮的首选产品标签。

推动渠道网络提质扩容,持续开展数字化终端的规模拓展,用数字链接渠道,以权益激活终端,凭扫码分享利益。协助经销商客户,完善运营数据分析,实现有序分利,让渠道利润分配更科学、高效,能卖酒的地方赚大钱,帮助终端提升运营效能。

落实消费者建设工作,围绕真实消费者会员300万目标,建设宴席服务站、餐饮高地两大消费者流量阵地,配套宴席政策、数字化权益等多维度权益进行消费者的触达、转化、复购路径实现。同时,进一步加强数字化会员运营体系建设,切实赋能销售。

开展系列专项品牌推广工作,借助泸州老窖浓香700年整合营销传播契机,专项推进区域性民俗IP事件营销、县乡镇特色民俗活动、大众体育乒乓球赛事、浓香700年客户联谊会等工作,持续锻造泸州老窖头曲大众名酒价值魅力。



>>> 不忘初心,战无止境!在奋进“十四五”的征程中,泸州老窖头曲已冲锋前行,也将以更高能的品牌战略体系、更全面的策略矩阵、更强力的渠道赋能建设、更完善的数字化工具,奋勇挺进全域数字化,厂商携手共创大众名酒新的财富时代!