

## 《Z时代饮料行业的发展趋势与推广》课程教学大纲

课程名称：《Z时代饮料行业的发展趋势与推广》

课程性质：营销团队、营销管理

教学时长：一天

培训学员：市区经理/经销商

### 这次课为什么要请喻老师来讲

1. 15年营销操盘的经验
2. 咨询师的高度与理论修养
3. 实战经验丰富、现场随问随答
4. 可口可乐公司从业背景、持续关注可口可乐数字化营销
5. 部分快消品培训受好评案例

1)

2)

3)

4)

5)

6)

的创新思维的培训受到好评青岛啤酒城市经理能力提升伊利冰淇淋全渠道的开拓吉林中兴粮油（出口

7)

8)

9)

## 教学纲要：

### 第一部分：中国饮料行业发展趋势

壹、软饮料分为十个主要类别，

1. 分别为包装饮用水、
2. 蛋白饮料、
3. 果汁饮料、
4. 功能饮料、
5. 固体饮料、
6. 碳酸饮料、
7. 茶饮料、
8. 植物饮料、
9. 风味饮料和咖啡饮料。

### 二、饮料行业的增长趋势

预计 2021 年软饮料的市场规模可达 11066 亿元。

预计 2021 年茶饮料的市场份额将上升至 844 亿元。

预计 2021 年果汁饮料的规模可以达到 1499 亿

预计 2021 年功能饮料整体的市场规模可达到 1339 亿元。

### 第二部分：Z 时代的消费变化与趋势

1. 健康意识的增强
  - ✓ 含有天然矿物元素的包装饮用水
  - ✓ 低卡路里、低糖等的饮料
  - ✓ 消费者倾向于选择来源于优质天然水源
2. 对价格的敏感度降低
3. 消费者差异化需求增加
4. 城镇化进程的加快：消费习惯向城市居民靠拢
5. 更关注产品质量、口味以及便利性等。
6. 日益多元化的销售渠道，

- ✓ 如便利店、
  - ✓ 电商平台、
  - ✓ 自动贩卖机等增加了购买的便利性与消费频率。
7. Z时代消费者的心理特征
    - ✓ 颜值即正义
    - ✓ 花钱但绝不大众
    - ✓ 越是小众的，越是大众的
    - ✓ Z时代只要赢，就行了
  8. 最好的，也就是最“甜”的。
    - ✓ 喝奶茶，要甜的；
    - ✓ 追爱豆，要甜的；
    - ✓ 磕CP，要甜的，
    - ✓ 一点苦的都不要带。

### 第三部分：后疫情时代的推广方式

#### 一、三度空间+三位一体：

1. 新营销：定向铺市、定点引爆、一地一策、流量共享
2. 三度空间+
  - ✓ 线上+线下+社群；
3. 三位一体：
  - ✓ 认知+交易+关系
4. 深度分销到深度粉销
5. 新零售是对传统终端的革新
  - ✓ 吸引更流量
  - ✓ 提高转化率
  - ✓ 利用新技术
6. 新零售对卖场网点的重购
  - ✓ “人”的重构：引流的方法
  - ✓ “货”的重构：旺销产品合理库存、利用新技术
  - ✓ “场”的重构：购物体验感、便捷性
7. 社区团购操作关注的三点：
  - ✓ 供应链：商品供给流率、浮动毛利率
  - ✓ 团长：能力、流失率、成长性
  - ✓ 履约：成本、效率、时效

案例：可口可乐的数字化营销

#### 三、终端网点动销十大法则

1. 价格法则
2. 生动法则
3. 关爱法则
4. 佳配法则
5. 流量法则
6. 跟随法则

。。。。。

#### 四、 创新思维及在营销中的运用

- ✓ 横向思维
- ✓ 逆向思维
- ✓ 非线性思维
- ✓ 时空思维
- ✓ 结构思维
- ✓ 合分思维
- ✓ 共赢思维
- ✓ 复利思维