

Budweiser

BUDWEISER BREWING COMPANY APAC

百威亚太控股有限公司

2020

百威校园挑战赛

以“宅”为力

——百威亚太啤酒外卖餐饮平台发展策略研究

战队：天线宝宝喝百威

队长：梁锐（统计大佬）

队员：牟俊尧（逻辑女王）

赵仟（创意鬼才）

开展用户调研

——分析外卖平台订单中啤酒占比低下的原因

平台用户消费习惯调研

数据分析找寻商业痛点

01

02

03

04

05

外卖平台啤酒渗透率低

少数啤酒订单数量原因

开发市场渠道营销策略

人多聚会时多饮酒
独居点餐时少饮酒

人数

多重
因素
影响

种类

种类繁多时多饮酒
选择受限时少饮酒

时间

夜间活动时多饮酒
白日匆忙时少饮酒

啤酒
渗透率
低下

温度

冰镇爽口时多饮酒
常温起泡时少饮酒

地点

饭厅聚餐时多饮酒
家中外卖时少饮酒

多重
选择
考量

运输

快速送达时多饮酒
较长等待时少饮酒



啤酒外卖订单渗透率

1.5% **低**

1000份外卖订单中约有
1.5份是啤酒订单



消费者调研

外卖订单中啤酒订单
数量较少的原因

需求

铺店率研究

——百威铺店率远低于行业值，增量空间巨大



72%

啤酒铺店率 

公式：卖啤酒门店/总门店=2292/3162

啤酒品类整体铺店率仍有上升空间

35%

百威品牌
啤酒铺店率 

公式：卖百威的门店/卖啤酒门店=806/2292

百威品牌啤酒铺店率不高，远低于行业值72%

292%

百威
增量空间 

公式：不卖百威的门店/卖百威酒门店=(3162-806)/806

百威仍有接近三倍的增长空间

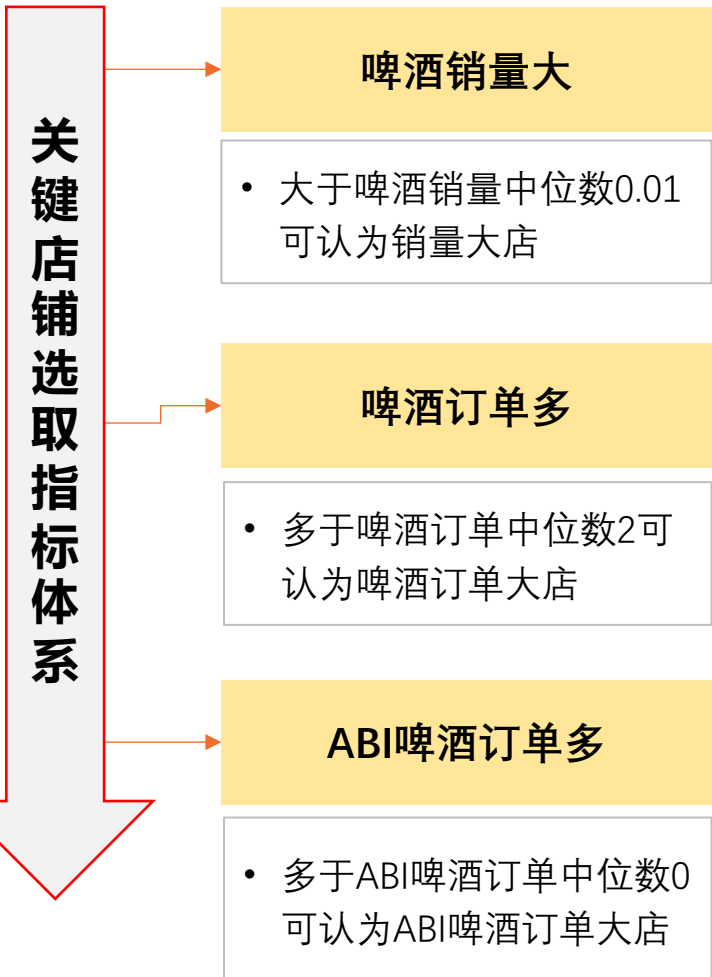
关键店铺分析

——构建指标体系，分析店铺画像和服务人群



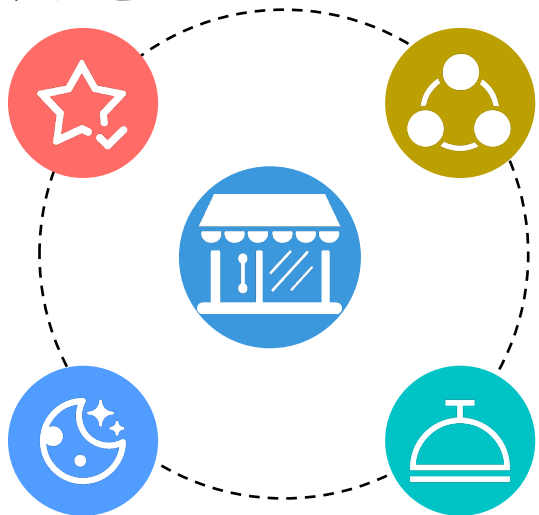
关键店铺画像

店铺服务人群分析



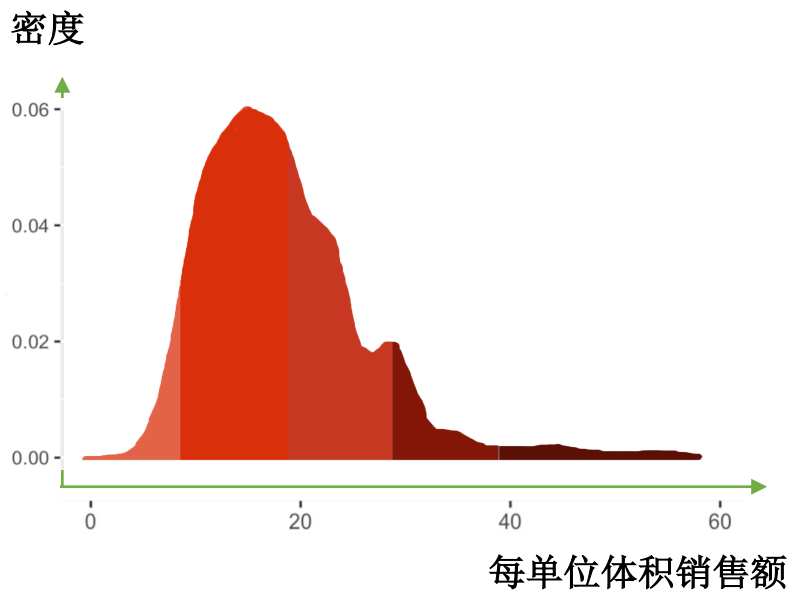
评分：79.78%的店铺评分超过4星

连锁：57.07%的店铺是连锁店铺



夜间营运：73.87%的店铺在夜间营业

五大高频菜系：烧烤/小龙虾，地方菜系，川湘菜，简餐便当和火锅/串串香



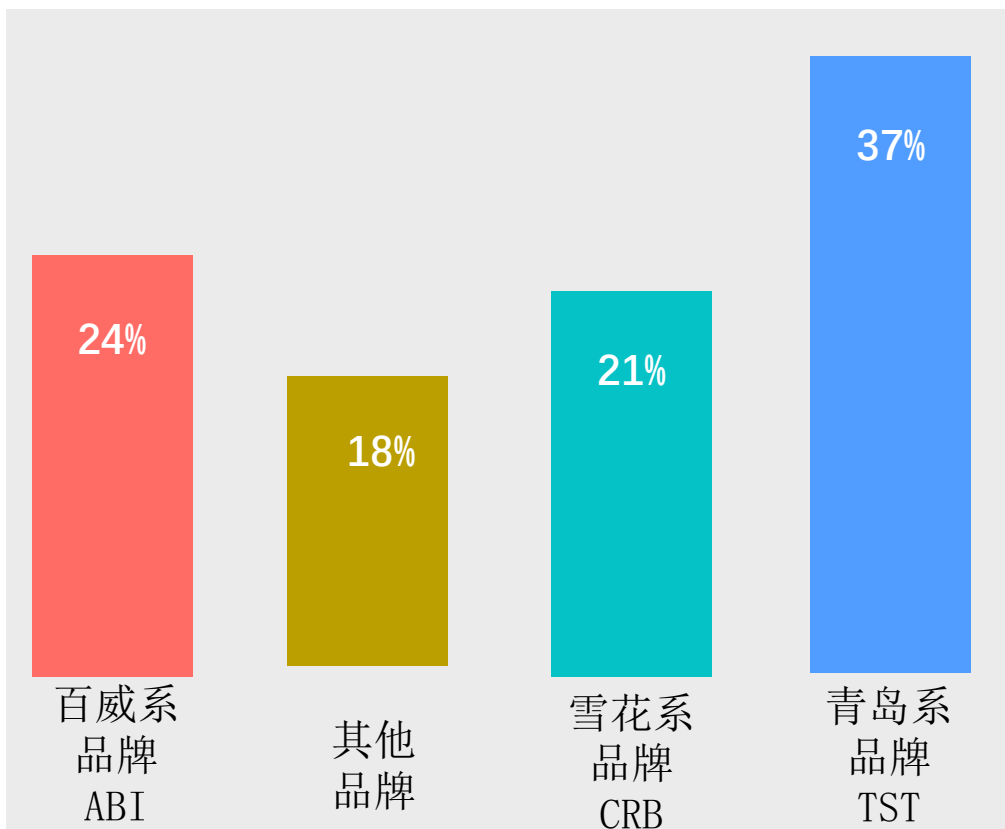
每单位体积销售额=啤酒销售额/啤酒销量
使用每单位体积销售额这一指标，我们可以发现各关键店铺主要服务群体，为策略分析提供数据支撑

注：以上为剔除无效样本后数据

市场分析

——市场竞争激烈，不同品牌瞄准不同消费人群

市场份额占比



- 主要竞争对手品牌为青岛啤酒和雪花啤酒
- 百威品牌啤酒拥有第二高的市场份额

注：以上为剔除无效样本后数据

百威产品矩阵



- 不同品牌覆盖不同客户人群

打造百威品牌馆 ——携手外卖平台、商家打造啤酒外卖帝国



品牌故事

- 传播企业文化，树立良好形象
- 开展文化营销，提升品牌识别率

活动区域

- 节日营销，增大品牌曝光率，实现销量转化
- 限时营销，引发用户购买欲
- 联合营销，实现区域跨界交叉引流

套餐区域

- 聚合各类商户，共享流量资源
- 提升啤酒套餐曝光度，把握“种草”机会
- 满足啤酒热爱者所有搭配口味需求



线上跨平台引流 ——交互引流，全方位助力啤酒外卖销量提升



抖音/淘宝直播跨平台引流，打造外卖套餐兑换券，提升啤酒外卖销量

01 直播互动

- ® 用户扫描百威啤酒瓶身二维码参与直播间游戏互动
- ® 用户扫码后可领取商家消费代金券及优惠券



02 位置识别

- § 外卖平台在用户扫码后自动识别其地理位置
- § 向用户推荐距离由近到远排序的百威联合商家



03 周边营销

- ™ 百威联合外卖商家打造限量啤酒周边
- ™ 礼盒仅在百威合作方外卖平台出售



供应链利益一体化 ——构建商家合作体系，鼎力相助商家营销

筛选重点合作店铺



👍 关键店铺中筛选部分重点店铺进行合作，协助商家制定营销策略

策略一：数据分析助力店铺组合同档次套餐

- 根据单位体积销售额进行店铺客户消费水平分析
- 选择同档次产品搭配成外卖套餐



策略二：促进商家提升折扣率，发展前期以“价”取胜

- 制定阶段订货定价策略
- 啤酒销量大店返利



培养消费者需求

——多途径影响消费者饮酒认知，打造外卖食啤酒消费习惯



率领消费者饮酒习惯



以往的营销文化：

老一代消费者的聚餐助兴



未来的营销文化：

新一代年轻人的内心狂欢

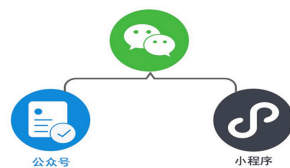
转变渠道



广告渲染



电视剧植入



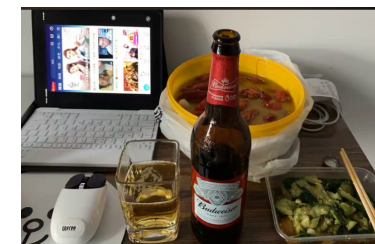
微信公众号推送



微博&B站大V带货

打造场景

场景1：加班后用外卖app点一瓶啤酒慰劳自己



场景2：在用外卖点烧烤宵夜的时候，同时点上啤酒



场景3：一个人在观看比赛时候点啤酒

