



京东解忧杂货铺

THE MIRACLE OF THE GROCERY

京东便利店
策划书

京彩绝伦 学生 优惠 懒人福音 举手之劳，为爱接力

京东便利店 管家保姆 便

京喜不断 正品保证 七天退换

白条分期 GENUINE PRODUCT GUARANTEE 玩 京东保姆 400-600-5500 京打细算 伴你成长

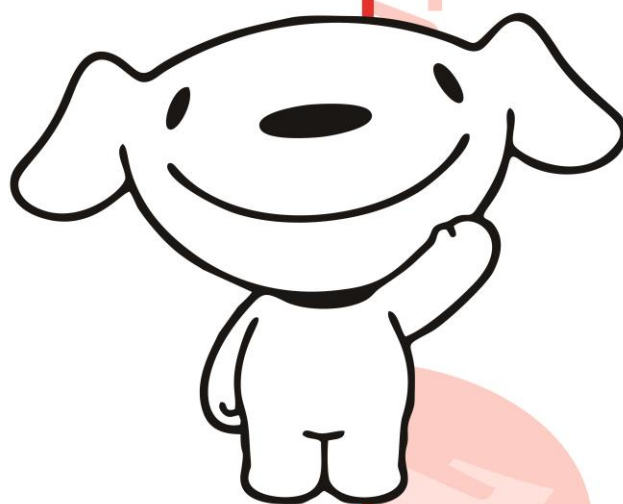
解忧杂货店!!! 京东速达 吃饱了才有力气减肥 买买买 京力充沛

京东次日达 京东小游戏 创意京彩 211限时达

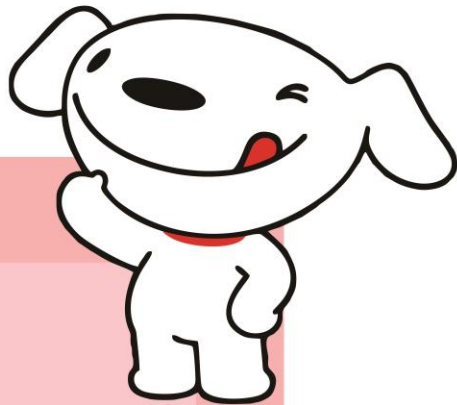
Global goods 空度计划 尽在京东 京东校园 I♥JD

目录

- 一、内容摘要
- 二、市场分析
- 三、营销策划
- 四、创意设计
- 五、媒介投放
- 六、广告费用预算
- 七、附录



一、内容摘要



目前，京东便利店正面临市场转型，提供的目标受众是大学生。因此，应针对学生不同的兴趣点和多面性，采取差异化营销策略，提供合适的产品和服务。

本策划案经过市场调查和分析，全方位了解京东便利店的市场情况和企业现状。而根据其目标受众的特点，提出了“全能的管家保姆”的概念，其中又分别细化出“解忧杂货铺”、“懒宅福音”、“解决尴尬”“考研党”等记忆点，以大学四年为时间线，旨在表达出京东便利店陪伴大学生四年温情时光，从日常起居到身心健康照顾大学生。

活动中运用情感营销和体验营销等理论，进行线上线下多渠道结合营销。线上在知名公众号B站斗鱼TV等年轻人聚集之地进行广告宣传，借助其人气和知名度宣传京东便利店提供的服务。线下在校园户外媒体和各大社联进行品牌和活动的宣传，并且以线下快闪活动，在微博和朋友圈等引起话题传播，并强化与受众的互动。通过这一系列活动，建立起京东便利店在大学生中的品牌知名度和情感认知度。



二、市场分析

01 环境现状

一、社会消费品零售总额持续增长

2018年1-6月份，中国社会消费品零售总额180,018亿元，同比增长9.4%。

二、实体零售经营回暖，消费升级（品类、品质、体验）带来结构性变化。

中国校园有3700多万在校学生，校园市场整体规模9450亿，其中“餐饮零食”“生活日用”类占比高达47%。

02 企业现状

目前京东便利店采用“千店千面”经营模式：市场定位为三四线城市以及农村地区，因此不少小型经销商挂牌京东便利店。但结盟制度松散，没有标准化，导致出现了店面形象欠佳、营销手段传统、经营方式落后等问题，一度出现倒闭潮。

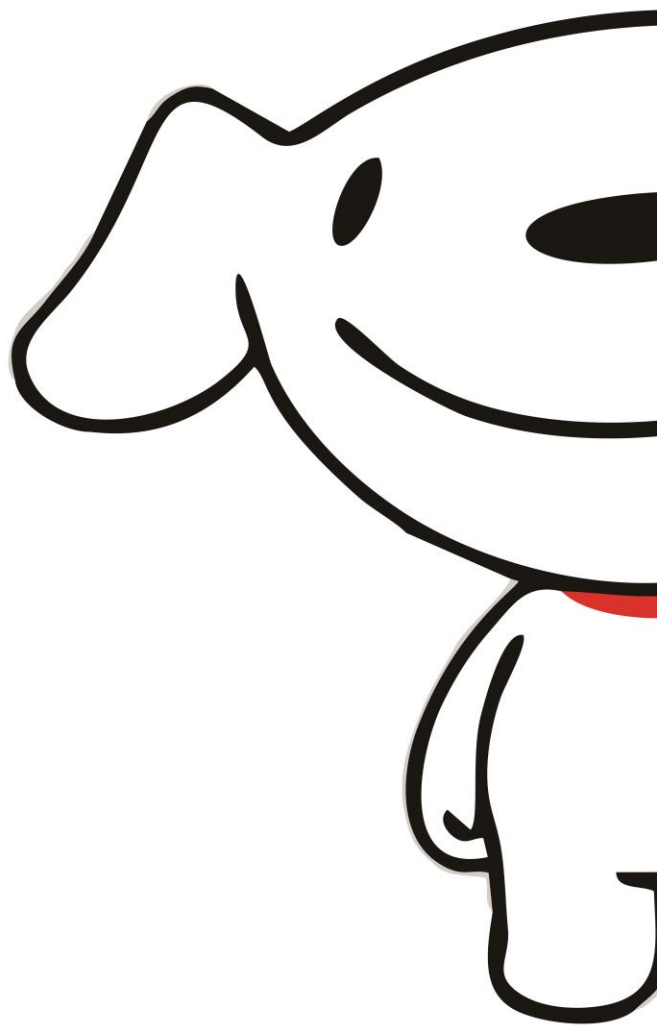
小结：

- 1.农村多家京东便利店倒闭，京东转变市场策略，面向有创新创业潜力的大学生群体。
- 2.大学生在校期间培养起来的品牌忠诚度及消费习惯，在他们踏入社会后，随着经济能力和消费水平的不断提升，将成为未来品牌消费的中坚力量。



NEW BRAND

京东便利店 现状分析



一、优势

- 1.进货平台商品由京东自营，品质有保障。
- 2.智慧门店管理系统帮助店主无忧管货、管钱、管顾客。
- 3.行者动销平台帮助店主获得海量品牌动销资源支持。
- 4.慧眼大数据系统将数据透明开放地呈现给品牌商。
- 5.自建物流网络，货品运输高速且安全。

二、劣势

- 1.“千店千面”，结盟制度松散。
- 2.缺乏标准化，导致店面形象欠佳、营销手段传统、经营方式落后。

三、机会

- 1.社会消费品零售总额持续增长，零售市场需求旺盛。
- 2.实体零售经营回暖，消费升级带来结构性变化。
- 3.大学生群体数量庞大，校园市场广阔，餐饮零食、生活日用领域前景可观。
- 4.通过培养大学生的品牌忠诚度，可打造未来品牌消费的中坚力量。

四、威胁

- 1.京东掌柜宝非唯一指定进货平台，其他货源质量参差不齐，易蚕食京东品牌。
- 2.天猫小店、苏宁小店等实体便利店发展迅速，竞争激烈。

二、消费者分析

懒、宅

对应场景：点外卖，打游戏，刷淘宝

对应服务：自理能力（维修，洗衣服）

忙，没时间

对应场景：考研

对应服务：取包裹，送快递，

休闲娱乐社交

对应场景：学习，聊天

小结：不同人有不同的兴趣，一个人同时具有多面性。京东便利店应针对大学生不同的兴趣点和多面性，采取差异化策略，制定不同的策略及方案。

“

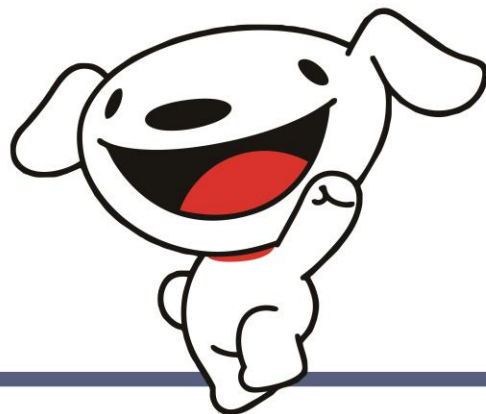
在校大学生介于18-24岁间，处于群居状态，活动范围集中。

大学生购买零食饮料时，以就近和便利为主；在选择零食和饮料时，最注重口感，其次是卫生、营养。

”



竞争者分析👉



	校园超市	苏宁小店	淘宝	711
品类定位	便利实惠	智慧零售	无界零售	一切以用户价值为导向
产品质量	与学校食堂一起受校方监管，质量较高、有保障	建立严格的供应商合规准入制度，各项方面稽核过关后才能入住； 和各大品牌建立鲜食联盟	使用店铺信誉度和售后服务保证其商品质量	成立NDF（日本鲜食联合会）在原材料购买和品质管理上执行统一的标准
技术支撑	无	门店扫码购、自助收银、自助电子秤等；同时推出无人货架、智能货柜产品，应用RFID、重力感应、人脸识别技术。	手机淘宝1秒打开速度；金融云架构和超强计算引擎。	拥有先进的信息技术所支持的国际化物流系统
市场策略	获校方资金、场地、人力等方面的支持；通过传统的促销手段营销，竞争态度较弱	采取苏宁自营模式；高品质产品；自建物流网络	C2C模式	采取特许经营模式，集中开店

小结:

- 1.统一进货渠道和服务，制定标准化的内部装修、选品、货物摆放规范；
- 2.增加社交服务，提供桌椅等休憩场所；
- 3.提供定制化服务，如毕业季花束等。

二、京东便利店 营销策划方案

营销策划规划

定位：大学生的管家、保姆，一个充满安全感的解忧杂货铺

营销策略：以大学四年（大一大二大三四大）为线索，京东便利店陪伴你的大学时光

传播主题设计

管家保姆系列
懒宅福音
尴尬时刻
考研党

解忧杂货铺系列
食堂解忧文案
空度计划·解忧便利店快闪活动

战略目标

全方位了解京东便利店的市场情况和企业现状。而根据其目标受众的特点，提出了“全能的管家保姆”的概念，其中又分别细化出“解忧杂货铺”、“懒宅福音”、“解决尴尬”“考研党”等记忆点，以大学四年为时间线，旨在表达出京东便利店陪伴大学生四年温情时光，从日常起居到身心健康照顾大学生。

功能定位

保姆管家
解忧杂货铺

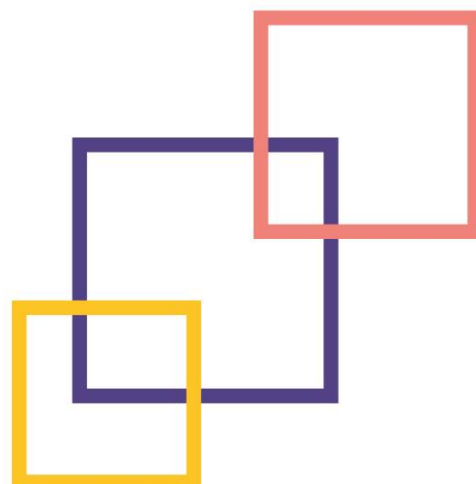
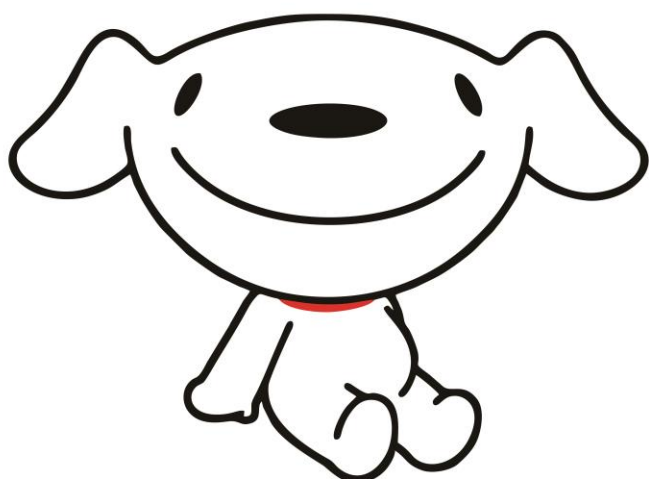
营销目标

短期目标：通过活动直接提高京东便利店在大学生群体当中的知名度，形成年轻化的品牌形象

长期目标：塑造一个“大学生的管家、保姆，一个充满安全感的解忧杂货铺”的品牌形象，抓住学习生活场景进行教育，使目标群体养成到京东便利店解忧、寻找安全感的消费习惯。

情感定位

大学生们的保姆管家，专为大学生提供贴心服务，让大学生们在学习之余能在学校上感受到关怀的感觉。



传播主题设计

管家保姆系列

懒宅福音

投放媒介：不会画出版社+B站
场景设定：京东便利店的取快递、洗衣服服务。

尴尬时刻

投放媒介：不会画出版社+B站
场景设定：送爱心卫生巾、修车便利服务。

考研党

投放媒介：不会画出版社
场景设定：过了饭点食堂没有饭，下单外卖。

解忧杂货铺系列

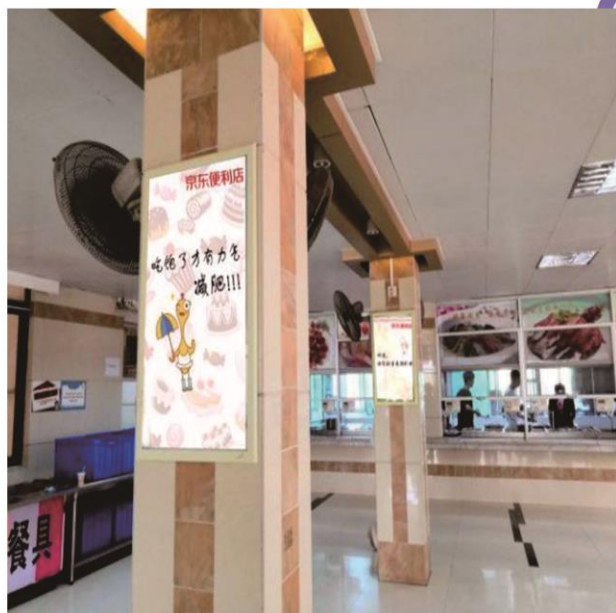
食堂解忧文案

投放媒介：校园户外媒体
活动内容：在考试周、毕业季等大学生集中产生压力时期，在食堂框架媒介上投放解忧文案广告。

空度计划·解忧便利店快闪活动

活动内容：打造玻璃屋，形成网红打卡点，配备一桌一椅提供人们独处机会，玻璃屋外还提供油性笔给人们留言互动。

实施方案图示👉



食堂解忧文案

投放时间：2020年6月5-12日

营销目的：选择学生的目光总会触及的食堂，抓住大学生的普遍压力痛点，引起情感共鸣，引发社交平台吐槽热潮。

活动内容：在考试周、毕业季等大学生集体压力时期，在食堂框架媒介上投放解忧文案广告。

空度计划·解忧便利店快闪活动

Slogan：“空度”二十分钟，忘掉烦恼，和真正的自己相处。

投放时间：2019年11月2日-11月10日

营销目的：抓住大学生迷茫、焦虑的心理痛点，提供体验活动。形成一个网红打卡点，引发社交分享热潮。

活动内容：

透明玻璃屋：一个由镀膜玻璃（外面看不见里面，里面看得见外面的玻璃材料）打造的正方体，采用无人技术，学生可通过线上小程序预约，线下扫码进入。主张“极简”、“空度”，内置一桌一椅。



京东便利店模拟经营养成小游戏

小程序游戏特色：

- 1.努力保持便利店的正常经营，满足所有苛刻的顾客，管理好大量的商品，更新设施适应发展，制定策略，在竞争中保持领先。
- 2.用户可以根据自己的审美情趣，用售卖货品所赚取的金币来对便利店的店面进行装修，吸引更多顾客，让这家超市变得更加的有趣。
- 3.在游戏中设置好友排名，每天更新经营便利店赚取的金币，在共同玩这个游戏的好友微信中可以查看排名。
- 4.运用趣味闯关的模式，只要完成客人的订单即可赚入金币，随着关卡数的增加，更多的技能也会慢慢解锁，赚足金币可以升级便利店的装修和设备。以提高便利店的制作效率，加快完成顾客订单的完成速度。



投放时间：2019年10月7日

营销目的：抓住交互体验，用户黏度性强和场景连接的特点，符合当下社会的发展潮流，迎合年轻人的生活习惯与方式。

游戏内容：按照自己的经营理念管理便利店，最终让便利店获得成功。在游戏过程中，需要合理分配安排员工，购买货物，安排送货，服务顾客，装修店面，统计收支等，还需要回答丰富的系统提出的问题，这样既可以提高人气，赚取金币，提高排名，也可以使玩家掌握一些关于经营管理的知识，娱乐中也能学习。

01 媒体目标

品牌年轻化
精准投放
去固有化形象



京东便利店
媒体投放方案

媒介策略



1、利用微博话题提高活动曝光度和热度

2、选择学生高频活动范围

3、投放模拟经营微信小游戏

1、新浪微博

发起微博话题#快来和我的社团Battle #，微信公众号（不会画出版社）公众号进行视频推广和话题分享，并投放相关平面广告和软文

2、微信小程序投放京东便利店小游戏，让用户能够方便快捷的使用，无须下载 APP即可使用，小游戏能够给用户带来消遣娱乐

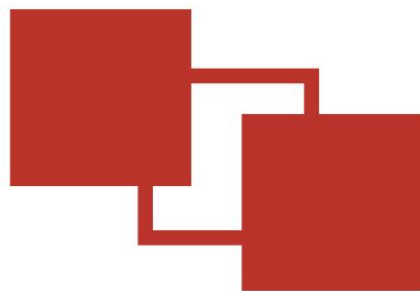
3、BILIBILI视频网站/APP

以视频投稿大赛的方式，发起哔哩哔哩热门活动#快来和我的社团Battle#

4、校园户外媒体：食堂框架广告媒介

针对学生高频活动范围，直达学生目标群，再全天候发布，强渗透力，增加品牌记忆度，投在食堂框架媒介上投放解忧文案广告

媒介排期



准备期

从2019年6月起

视频广告的拍摄剪辑，小程序游戏设计制作，平面广告设计制作，各线上线下活动的准备工作。

预热期

2019年7月2日至2019年8月31日

2019/07/02 发起微博话题“京东便利店社团挑战赛

2019/07/02 “快来和我的社团Battle——如何玩转属于你的大学社团” B站线上活动

2019/07/12 校园kol转发赛事信息

发展期

2019年9月1日至2019年11月2日

2019/09/01 线下快闪——高校社团嘉年华

2019/09/01 在微博挑选优秀、有亮点的参赛作品进行互动

2020/4/19 在“不会画出版社”公众号进行视频广告投放

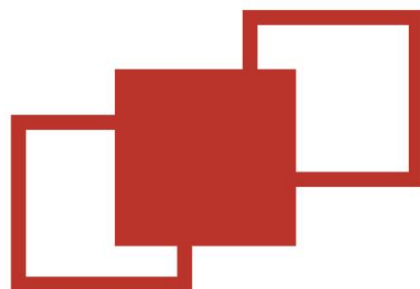
2020/6/05-2020/6/12 在校内食堂进行平面广告投放

成熟期

2019年11月2日至2019年11月10日

2019/11/02 空度计划·解忧便利店快闪活动

2019/11/02起 京东便利店模拟经营养成小程序游戏上线



京东便利店 广告预算提案

活动预算

- 1.空度计划·解忧便利店快闪活动（费用：500000）
- 2.斗鱼主播二珂“带你走进京东便利店”直播活动（费用：800000）
（合计：1300000）

广告制作

- 一.广告制作（合计：55000）
- 1.不会画微信公众号软文广告（费用：2000）
 - 2.不会画微信公众号微电影广告（费用：5000）
 - 2.斗鱼TV直播视频广告（费用：5000）
 - 3.美工设计及制作（费用：10000）
 - 4.食堂广告制作（费用：10000）
 - 5.H5制作（费用：5000）
 - 6.B站微电影制作（费用：5000）
 - 7.线上官方宣传平面广告（费用：3000）
 - 8.图书馆展览海报制作（费用：10000）
（合计：55000）

媒体类型

- 1.网络
微博 官方发布活动（置顶2019.07-2019.08）
微信公众号 官方发布活动（2019.07-2019.08）
京东go小程序 官方发布活动（2019.07-2019.08）
不会画出版社公众号 视频广告（10天，500000）
bilibili 微电影（20天,2000000）
各大校园媒体公众号 软文（10天,100000）
- 2.户外（海报和宣传单）
各大校园饭堂宣传栏（周期为一个月，费用:40000）
各大校园图书馆（周期为一个月,费用：40000）
各大京东便利店门店（周期为一个月，费用:40000）
（合计：4720000）



Thank you

