

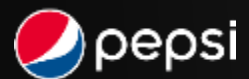
百事可乐无糖 创意推广

敢黑  带感



百事无糖产品推广策略：

- 百事原味推广活动中必须带入无糖产品展示并利用促销机制带动销售**
- 务必加强无糖独立推广：多渠道推广活动及品牌布建，活撬带动铺货**
- 百事推广资源侧重无糖投入，无糖推广资源占比 $\geq 40\%$**

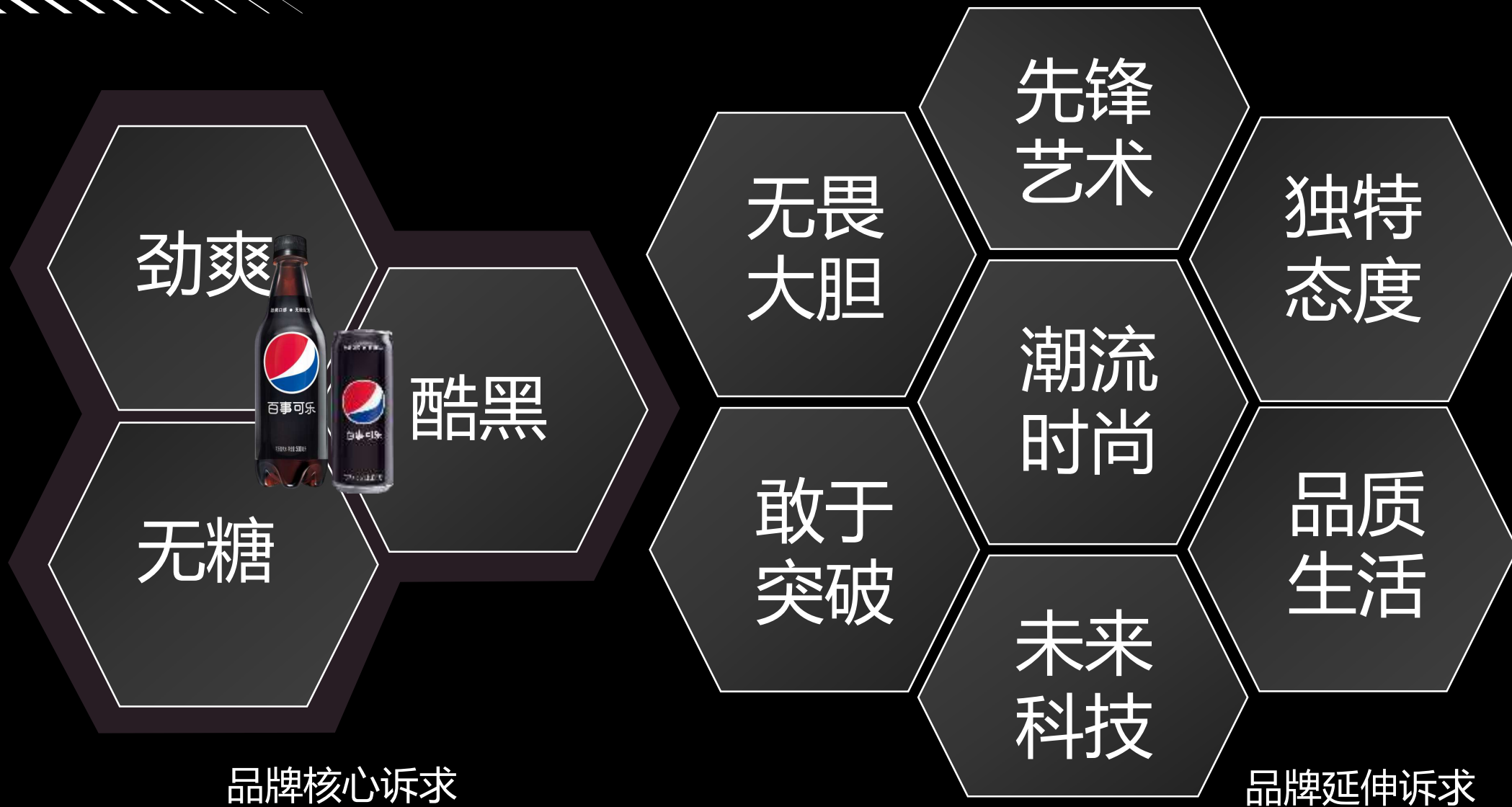


- 01 调性分析
- 02 推广节奏及规划
- 03 渠道推广及布建
- 04 总部支持
- 05 促销员及POSM

敢黑百事带感



百事可乐无糖品牌诉求解读

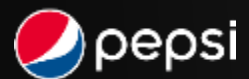


无糖产品调性



劲爽/无糖.
前卫/经典.
大胆/低调.
科技/时尚.

无糖产品的表现明显区隔于常规产品



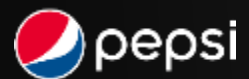
- 01 调性分析
- 02 推广节奏及规划
- 03 渠道推广及布建
- 04 总部支持
- 05 促销员及POSM

敢黑百事带感



《敢黑攻略 带感同行》百事可乐无糖Q3-Q4推广计划

时间		6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
阶段		产品利益点+感性诉求沟通					扩展人群沟通	
创意布建		劲爽口感 无糖配方 敢黑带感（态度罐+树莓味 500中胶瓶+SLEEK CAN） （老佛爷纪念罐）					星战罐上线传播	
渠道活动	CVS	快闪主题黑店					敢黑原力minishow	
	餐饮	跨界黑店						
	校园	创意黑匣子						
	SHOPPING MALL	敢黑态度空间						
	异业	态度品牌、花艺品牌、彩妆品牌、科技品牌/组织、车展、时装周						
线上话题		尝鲜戏精挑战		敢黑墨镜自拍大赛				
		态度海报大赛						
		窦靖童态度TVC / 敢黑带感实验室						
		树莓味新品上市						
		UTC中胶瓶-盖念店						
品牌资源		老佛爷限量罐				星战限量罐		



- 01 调性分析
- 02 推广节奏及规划
- 03 渠道推广及布建
- 04 总部支持
- 05 促销员及POSM

敢黑百事带感





CVS渠道推广及布建

敢黑●带感



CVS渠道规划

时间

6月

7月

8月

9月

10月

11月

12月

沟通重点

态度罐+树莓味 550中胶瓶+SLEEK CAN、老佛爷纪念罐)

星战罐

推广方式

创意布建

创意互动

创意赠品

主题黑店

磁悬浮装置、潮品陈列墙、光栅海报、互动橱窗

时尚密码H5

选择你的敢黑态度

主题陈列架

敢黑星战卡

态度手机壳、冷却神器、办公套装

窦靖童态度TVC / 敢黑带感实验室

树莓味新品上市

UTC中胶瓶-盖念店

老佛爷限量罐

星战限量罐

品牌资源

CVS (6-10月) 推广重点:

无糖品牌创意布建+创意互动提升产品曝光度

进行产品利益点及感性诉求沟通

重点推广产品:

- 无糖500ml中胶瓶+SLEEK CAN 黑罐态度罐、树莓味、

创意推广形式:

- 创意布建: 主题黑店、光栅海报、互动橱窗、潮品陈列墙
- 创意陈列: 磁悬浮装置 (黑罐+树莓版)、墨镜瓶
- 创意互动: 时尚密码、选择你的敢黑态度
- 创意赠品: 态度手机壳、冷却神器

百事可乐无糖渠道推广规划

CVS



➤ 联合营销：创造无糖#敢黑带感#态度话题

- 结合态度宣言/老佛爷/星战IP重点系统客户打造原味+新口味话题
- 会员积分兑换尝鲜、IP联合客制化
- 跨渠道联合：餐饮/学校/影院渠道资源整合引流
- 打造无糖CVS快闪店，增强消费者互动

➤ 常规推广：

- 无糖原味+树莓、7喜低糖+树莓组合买赠
- 百7美组合套餐多罐/瓶买赠

敢黑带感

创意布建：主题黑店



以酷黑、劲爽、无糖等产品特有元素为沟通点
打造一家“有态度的快闪黑店”
突破现有消费者认知
增加树莓、老佛爷元素并落地渠道



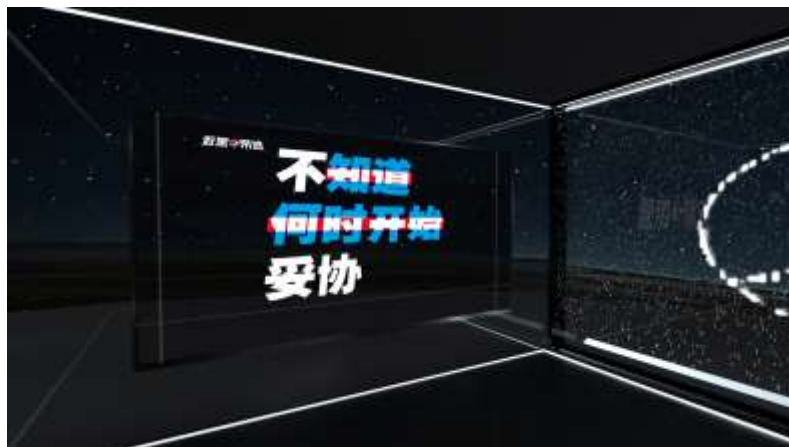
劲爽口感
无糖配方

敢黑 带感

创意布建



无糖品牌版光栅海报
(正面产品-侧面态度宣言)



橱窗滚动展示态度宣言



态度潮品陈列墙

创意陈列：磁悬浮装置

黑科技磁悬浮装置
(态度黑罐、中胶瓶)



敢黑●带感

敢黑●带感

磁悬浮展示装置
(树莓罐、中胶瓶)



敢黑●带感

敢黑●带感

创意陈列：墨镜瓶



使用墨镜元素对百事无糖产品进行创意布建
放置于收银台或货架前

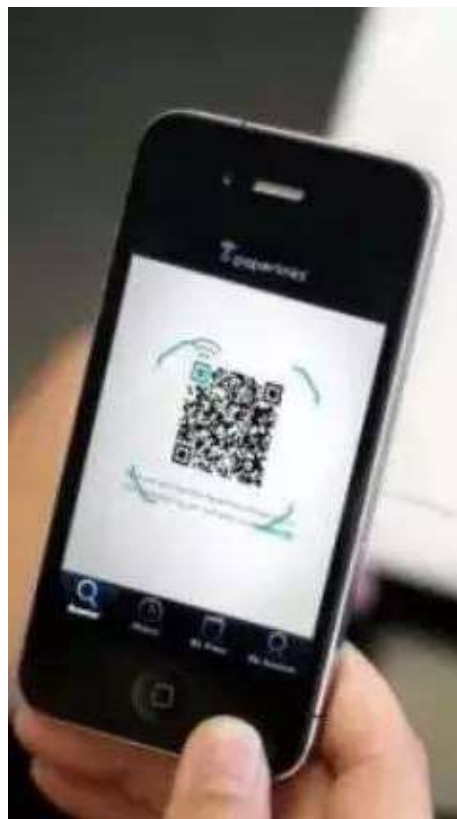


配合拉格费尔德限量罐进行展示

创意互动：时尚密码



利用光栅海报及墨镜瓶陈列
隐藏时尚密码进行互动



消费者扫码
参与互动



输入时尚密码

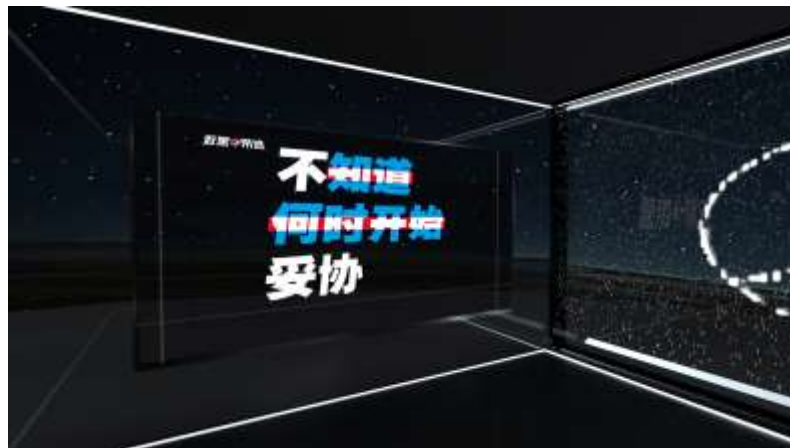


查看密码详情，解锁奖励
CVS优惠券、限量罐、赠品等

创意互动：选择你的敢黑态度



便利店橱窗设置全息橱窗互动



消费者舞动手势即可将快速闪动的态度宣言停下，选择自己的敢黑态度宣言。



消费者扫描停下来的态度宣言对应的二维码，即可领取CVS券到卡包，购买百事无糖产品即可使用

创意赠品



敢黑带感态度手机壳



敢黑带感态度折扇

CVS 11-12月推广重点： 运用星战IP资源持续沟通目标人群 突出产品酷黑潮酷属性

重点推广产品：

- 无糖500ml中胶瓶+SLEEK CAN 黑罐态度罐、树莓味、星战罐

创意推广形式：

- 创意布建：星战主题黑店、星战光栅海报、星战互动橱窗
- 创意陈列：磁悬浮装置星战版、星战陈列架
- 创意互动：敢黑星战卡
- 创意赠品：星战主题办公套装

创意布建：星战主题黑店



创意陈列



磁悬浮陈列架星战版



星战主题陈列架



劲爽口感
无糖配方

敢黑带感

创意布建



正面观看效果



侧面观看效果

星战版光栅海报
(正面星战海报-侧面星战罐)



橱窗滚动展示星战限量罐

创意互动：敢黑星战卡



消费者购买百事可乐无糖产品后，扫描产品条形码，即可获得精美黑罐星战形象卡一张。
同时卡面上将有限量罐/CVS优惠券/星战电影票等奖励

创意赠品



星战主题办公套装



星战主题黑立方时钟



星战主题指尖陀螺钥匙扣



餐饮渠道规划

敢黑●带感



餐饮渠道规划

时间		6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
沟通重点	推广方式	态度罐+树莓味 500中胶瓶+SLEEK CAN、老佛爷纪念罐)						
		跨界黑店						
		光栅海报、菜品组合套装、态度包间、						
		时尚密码						
品牌资源	创意布建	创意试饮						
		杯垫、品质餐巾布、LED小风扇						
		窦靖童态度TVC / 敢黑带感实验室						
		树莓味新品上市						
品牌资源	创意互动	UTC中胶瓶-盖念店						
		老佛爷限量罐						
品牌资源	创意赠品							

餐饮渠道 6-10月推广重点：

以轻食、网红餐厅、黑色元素餐厅为主力对象

通过主题餐厅、无糖品牌布建提升无糖佐餐选择

重点推广产品：

- 无糖500ml中胶瓶+SLEEK CAN 黑罐态度罐、树莓味、

创意推广形式：

- 创意布建：跨界黑店、光栅海报、态度包间
- 创意互动：时尚密码、菜品组合套装
- 创意赠品：杯垫、品质餐巾布、LED小风扇

百事可乐无糖渠道推广规划

中高档/网红餐饮



➤ 联合营销:

- 罐身态度宣言结合店内特色菜品组合套餐
- 时尚/潮流/热点话题结合
- 大众点评/饿了么等O2O平台联合
- 无糖原味+树莓、7喜低糖+树莓组合套餐

餐厅类型选择



黑色元素中高级餐厅
突出黑色品质感、及无糖劲爽感



轻食健康饮食餐厅
突出产品无糖属性



网红餐厅
展现无糖态度突出时尚潮流感



创意布建



前台、收银台布置



收银台、餐桌、墙面
无糖品牌主张LED灯带墙



餐厅版光栅海报
(正面菜品、侧面无糖产品)

创意互动：菜品联合创意

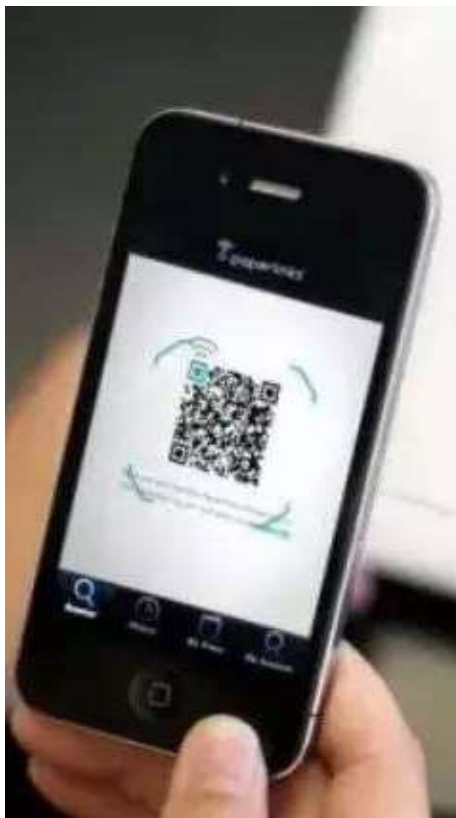


与轻食、素食、养生餐厅联合推出**无糖低卡套餐**
与有黑色元素的餐厅推出**酷黑套餐**
与网红餐厅的话题菜品推出**敢黑态度套餐**

创意互动：等候区时尚密码互动



利用光栅海报及墨镜瓶陈列
隐藏时尚密码进行互动



消费者扫码
参与互动



输入时尚密码



查看密码详情，解锁奖励
CVS优惠券、限量罐、赠品等

创意赠品



敢黑态度软木杯垫



敢黑态度餐巾布



敢黑态度LED风扇



校园渠道规划

敢黑●带感



校园渠道规划

时间	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
沟通重点							
推广方式	创意布建						
	创意互动						
	创意赠品						
品牌资源							
				态度罐+树莓味 500中胶瓶 +SLEEK CAN、老佛爷纪念罐)			
				时尚态度黑匣子			
				态度楼梯、态度食堂、态度涂鸦、 态度道路、磁悬浮装置.....			
				老佛爷加码主题店 -时尚密码			
				便签 收纳袋 抱枕 笔筒			
				树莓味新品上市			
				UTC中胶瓶-盖念店			
				老佛爷限量罐			

校园渠道 9-10月开学推广重点： 以年轻消费者关注的潮流时尚、个性态度为要点 向校园群体沟通产品利益点及感性诉求

重点推广产品：

- 无糖500ml中胶瓶+SLEEK CAN 黑罐态度罐、树莓味

创意推广形式：

- 主题互动：时尚态度黑匣子
- 创意布建：态度食堂、态度楼梯、态度涂鸦、态度道路、磁悬浮装置.....
- 创意陈列：磁悬浮装置、墨镜瓶
- 创意互动：时尚密码
- 创意赠品：态度便签 态度文具收纳袋 态度笔筒

百事可乐无糖渠道推广规划

学校



华南理工大学
South China University of Technology

- 个性/潮流社团联合
- 异业品牌/跨渠道联合
- 食堂限时限量尝鲜：特色美食+新口味
- 多口味组合

主题互动：时尚态度黑匣子



在开学季节点，结合无糖、时尚、酷黑元素创造时尚黑匣子向追求潮流、时尚、酷黑的学生群体消费者进行沟通

放置于校园主干道、食堂门口、校园广场



劲爽口感
无糖配方

敢黑带感

主题互动：时尚态度黑匣子-时尚密码

回答黑衣人有关开学、时尚等问题，解锁时尚密码

进入黑匣子中，在规定时间内答对所有相关问题即可获得时尚礼品（手指触摸屏幕）。

时尚密码：

- 上海时装周、火星哥、亚历山大王等时尚元素相关问题。
- 有老佛爷限量罐的区域可使用老佛爷相关时尚话题。

参与互动即有机会获

- 校超优惠券
- 老佛爷限量罐
- 其他赠品

创意布建



敢黑态度食堂



创意布建



态度阶梯布建



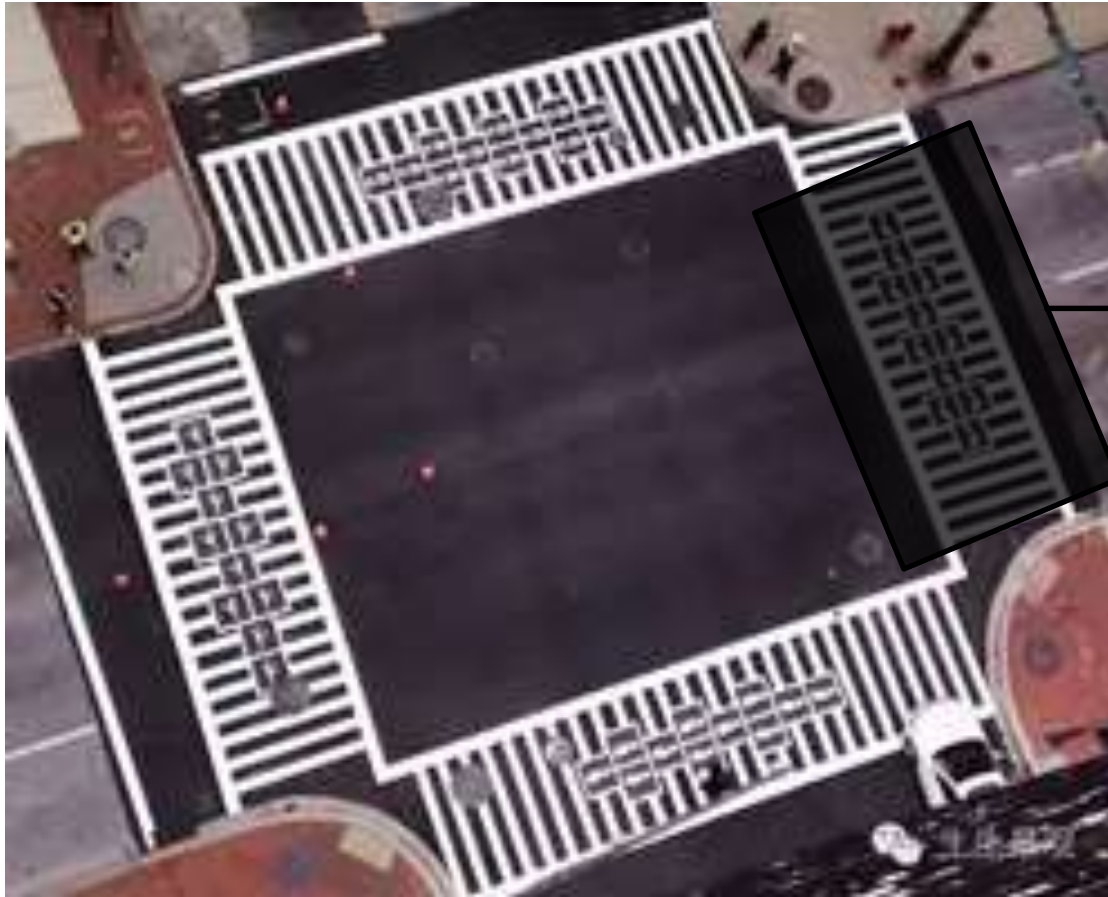
艺术院系-态度涂鸦墙



劲爽口感
无糖配方

敢黑 带感

创意布建



校园道路创意布建

创意陈列：墨镜瓶



使用墨镜元素对百事无糖产品进行创意布建
放置于收银台或货架前



配合拉格费尔德限量罐进行展示

创意赠品



态度便签



态度文具收纳袋



态度创意笔筒



Shopping mall

敢黑带感



Shoppingmall快闪店规划

时间		6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
推广方式	沟通重点	态度罐+树莓味 500中胶瓶+SLEEK CAN、老佛爷纪念罐)					星战罐	
	创意布建	全息广告机、敢黑劲爽电梯					原力激光区打卡	
	创意互动	敢黑态度空间					敢黑原力minishow	
	创意赠品	LED风扇、态度便签、星战主题创意礼盒						
品牌资源		窦靖童态度TVC / 敢黑带感实验室						
		树莓味新品上市						
		UTC中胶瓶-盖念店					星战限量罐	
		老佛爷限量罐						

Shopping mall 尝鲜阶段 7-9月推广重点： 以态度快闪店为核心 传达产品无糖劲爽口感及科技时尚的感性诉求！

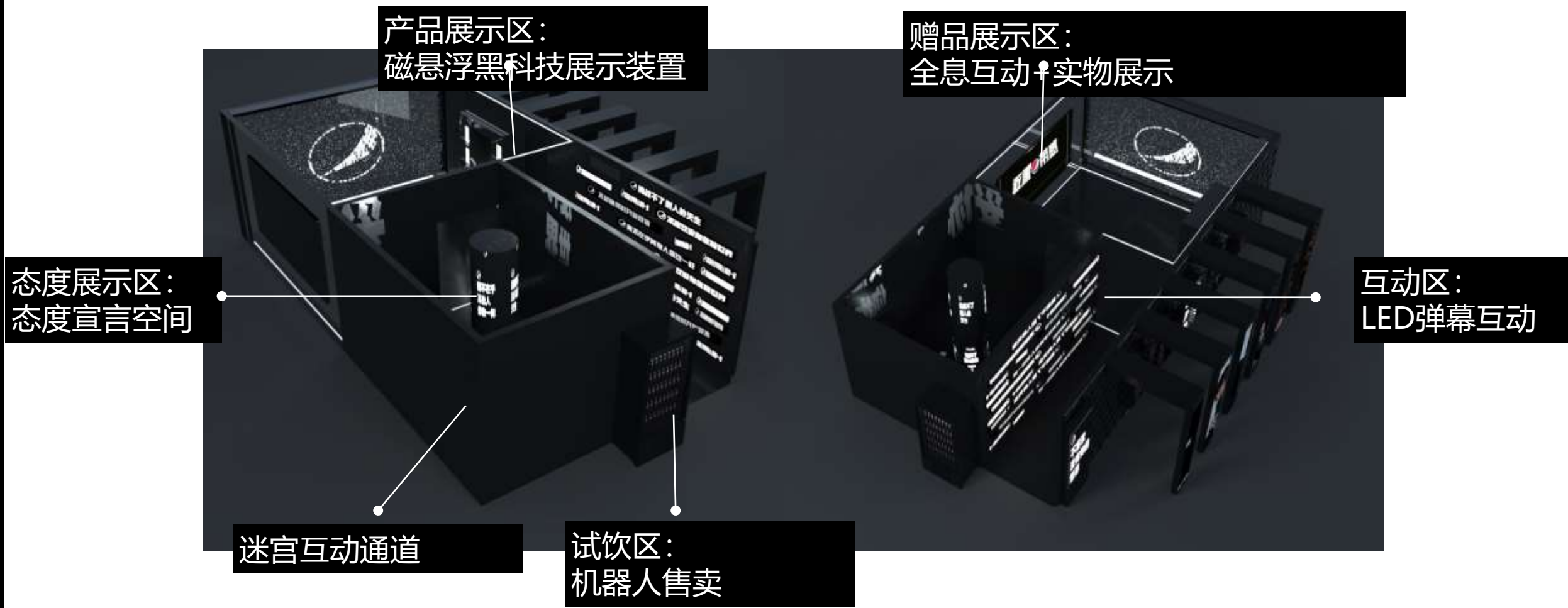
重点推广产品：

- 无糖500ml中胶瓶+SLEEK CAN 黑罐态度罐、树莓味、老佛爷纪念罐

创意推广形式：

- 主题互动：敢黑态度空间快闪店
- 创意布建：全息展示机、劲爽电梯
- 创意赠品：态度便签、态度购物袋、态度抱枕

主题互动：敢黑态度空间快闪店



劲爽口感
无糖配方

敢黑  带感

主题互动：敢黑态度空间快闪店-弹幕互动



中柱外壁增加水流
配置音响播放气泡声音
体现无糖劲爽口感

敢黑态度空间



敢黑态度宣言LED灯条弹幕墙

选择自己的敢黑态度，拍照发布微信/微博抖音，可获shoppingmall优惠券、态度罐、赠品等

主题互动：敢黑态度空间快闪店带感通道 选择执行



带感通道（气泡声布满通道内）
消费者穿过如迷宫般的带感通道达到态度空间

主题互动：敢黑态度空间-树莓味体感互动



劲爽口感 树莓炫酷体感互动墙

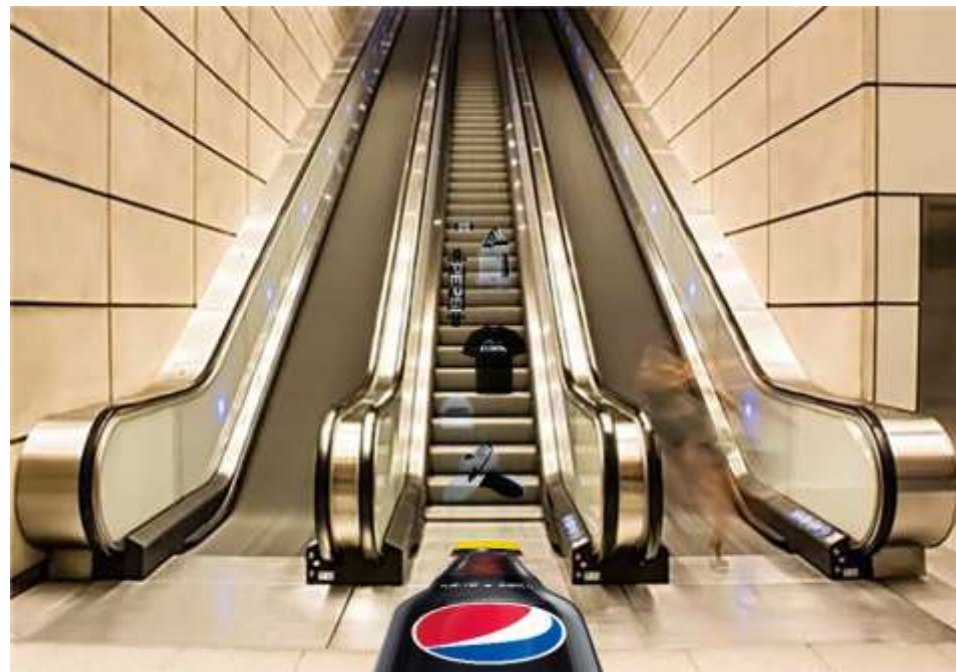
利用体感设备、制作粉色+可乐色气泡的互动墙。消费者舞动双手可控制树莓气泡。

打卡拍照/视频发布朋友圈/抖音可获试饮瓶。

创意布建



黑科技全息展示机
(扇叶快速转动, 360度展示无糖劲爽口感)



SHOPPING MALL 劲爽电梯布建
(上升电梯吐出劲爽气泡+潮品)

创意赠品



态度便签



态度购物袋



态度抱枕

Shopping mall 11-12月推广重点： 以影院为主要沟通场景联动周边渠道 打造无糖星战主题

重点推广产品：

- 星战罐

创意推广形式：

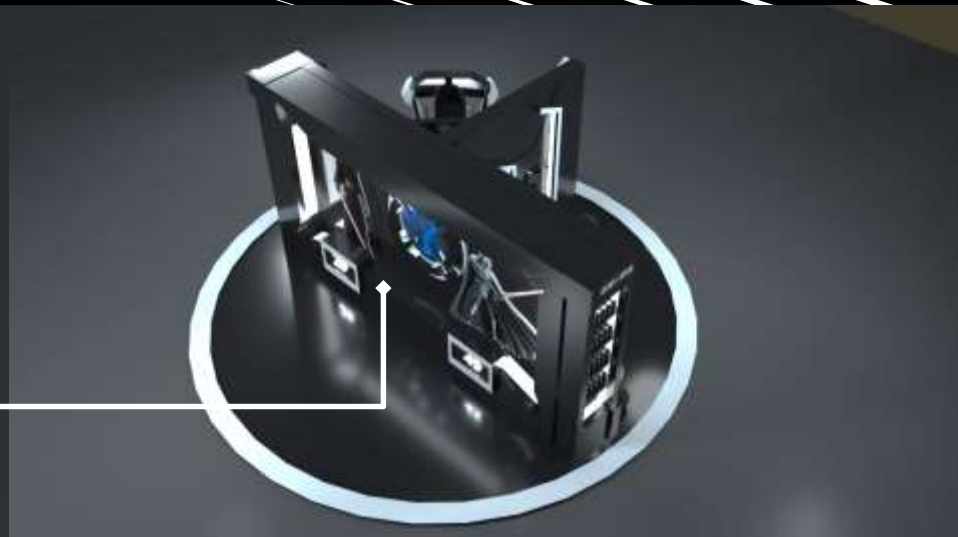
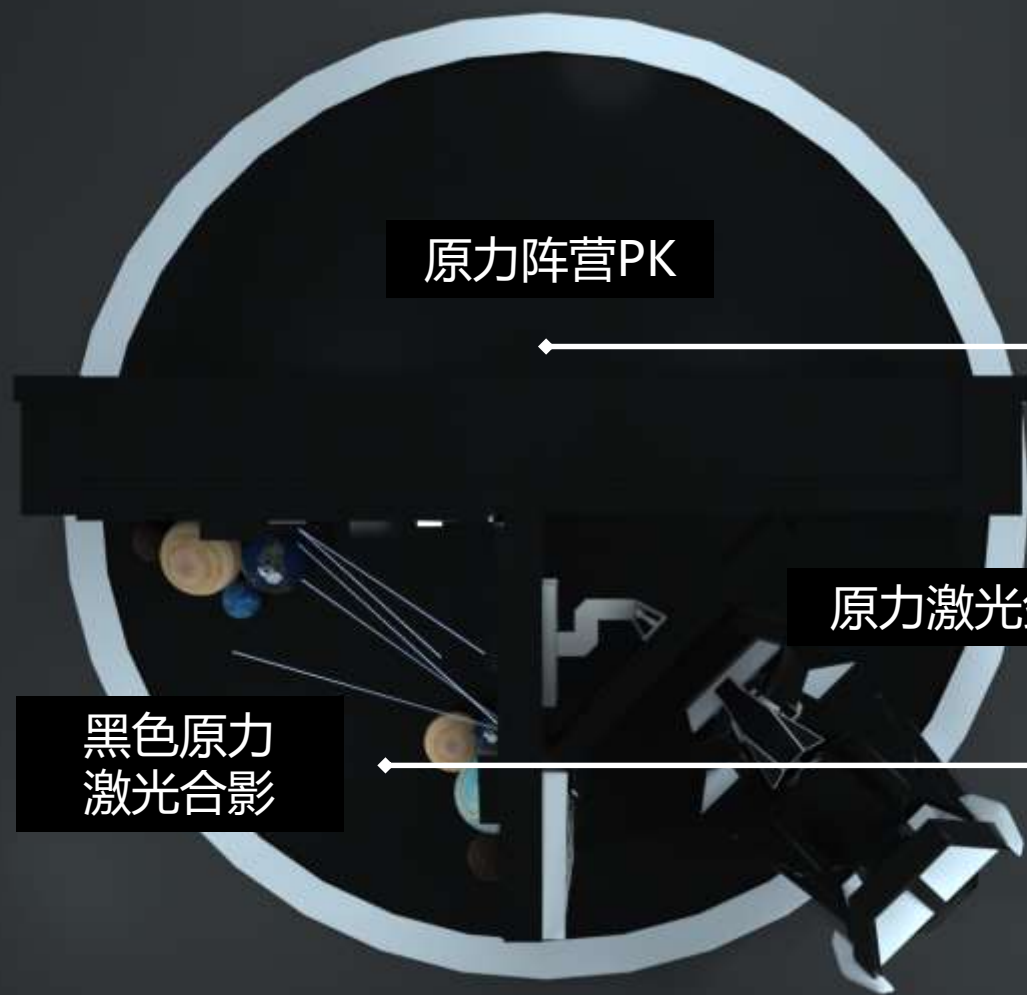
- 主题互动：敢黑原力minishow
- 创意布建：原力阵营选择
- 创意互动：黑色原力投影互动、敢黑星战机器人
- 创意赠品：LED风扇、态度便签、星战主题创意礼盒、敢黑带感态度手机壳

主题互动：敢黑原力minishow



影院大厅 布置MINISHOW

主题互动：敢黑原力MINISHOW



创意布建：原力阵营选择



选择你的原力阵营

消费者选择自己支持的阵营投票，按下按钮后橱窗内跷跷板即会向投票一方倾斜。（同时出现可乐打开的声音）

投票后可获得影院可乐爆米花套餐优惠券

创意布建：原力激光区打卡

敢黑原力 激光合影

打造星战主题炫黑合影空间；
现场拍摄抖音互动，即有机会赢星
战限量罐；



劲爽口感
无糖配方

敢黑  带感

创意互动：敢黑星战机器人



包装无人售货机器人，录入百事无糖产品相关的语音，在SHOPPING MALL及影院流动展示并吸引试饮，消费者可与机器人语音+屏幕互动。

创意赠品



星战主题创意礼盒



星战主题公仔



异业合作规划

敢黑●带感



态度品牌线上话题互动

敢黑 带感 一起黑出态度

联合有态度的品牌一起联合发声，
在快闪店及态度宣言活动期间一起
“黑出态度”

- 发布敢黑带感态度海报蓝V互动

参与互动话题即有机会获

- 百事无糖产品或异业礼包
- 获CVS无糖产品优惠券
- 餐饮渠道优惠券
- 异业优惠券



PS:结合本地资源选择符合品牌调性的品牌合作。



劲爽口感
无糖配方

敢黑带感

潮流品牌联合主题活动

盖念黑潮品 酷黑型动

联合以黑为主打元素的本地潮品，打造本地无糖专属潮品活动。

活动期间任意渠道购买百事无糖产品可额外获得盖念黑潮品抽奖卡（盖子形状），消费者将有机会赢得额外本地盖念黑潮品/或优惠券。

#猜TEE#



AKOP.



Timberland



VANS®

彩妆品牌跨界合作打造产品组合装



彩妆品牌（礼盒、可乐树莓主题妆容）



态度黑礼盒组合装（彩妆、时尚、潮酷类产品组合）

科技类品牌&组织联合营销



与区域内冰箱、冰柜等科技产品推介、宣导做联合营销。
活动现场，订购任一产品，凭收据即可现场享受购买百事无糖产品优惠。



包装无人售货机器人，录入百事无糖产品相关的语音，在科技展现场流动展示并吸引试饮，消费者可与机器人语音+屏幕互动。



大型车展联合营销



联合本地车展、4S店、试驾会发起营销。
活动现场，订购任一车型，凭收据或合同，即可现场享受购买百事无糖产品优惠。



话题传播

敢黑●带感



态度罐： 态度海报

认领带感态度！

手持百事无糖产品在微博/微信/
抖音晒出态度

即有机会赢创意赠品



劲爽口感
无糖配方

敢黑 带感

树莓新口味：莓飞色舞戏精尝鲜挑战

树莓味什么味道？
我喝给你看！

好喝到想哭
以后喝不到怎么办？

啊！这劲爽的口感！这清新的口味！我 @#*%.....的天呐！

参与挑战即有机会赢创意赠品



劲爽口感
无糖配方

敢黑 带感

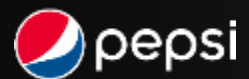
老佛爷限量罐：时尚墨镜自拍大赛

打开劲爽百事无糖
带上墨镜
SHOW出你的
时尚大片

手持百事无糖产品在微博/微信/
抖音参与自拍

参与挑战即有机会赢老佛爷限量
罐及时尚赠品





- 01 调性分析
- 02 推广节奏及规划
- 03 渠道推广及布建
- 04 总部支持
- 05 促销员及POSM

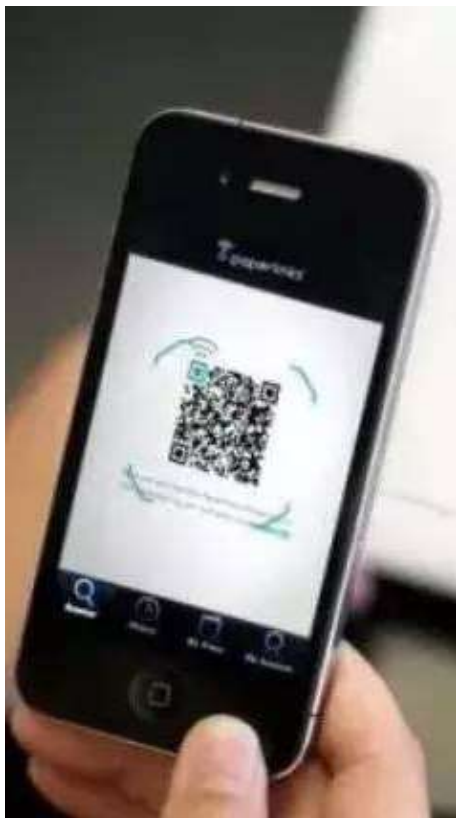
敢黑百事带感



总部支持：解锁时尚密码H5



利用光栅海报及墨镜瓶陈列
隐藏时尚密码进行互动



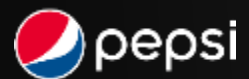
消费者扫码
参与互动



输入时尚密码



查看密码详情，解锁奖励
CVS优惠券、限量罐、赠品等



- 01 调性分析
- 02 推广节奏及规划
- 03 渠道推广及布建
- 04 总部支持
- 05 促销员及POSM

敢黑百事带感



促销员装扮及配饰建议



男生/女生利落短发优先



女生头发过长时
建议佩戴无糖棒球帽



佩戴镭射臂贴



搭配无糖态度手环

促销员着装建议



无糖潮流T恤衫



下身穿着黑色长裤

THANKS