

必胜客下午茶引爆计划

- ◆ **品牌名称:** 必胜客
- ◆ **所属行业:** 食品/饮料类
- ◆ **执行时间:** 2021.01.01-05.22
- ◆ **参选类别:** 食品/饮料类

结案视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://v.qq.com/x/page/c3270nsvey6.html>

或扫码看视频



1. 社会趋势：快餐市场内卷困境

受到国内本土餐饮热潮的影响，新一代年轻人味蕾被打开，越来越爱探索火锅店、川菜等新式餐饮店，老牌连锁快餐受到影响，西式快餐市场份额受到较大冲击，整体市场增速明显减弱。

95后乐于挑战新口味 打造味蕾新地图

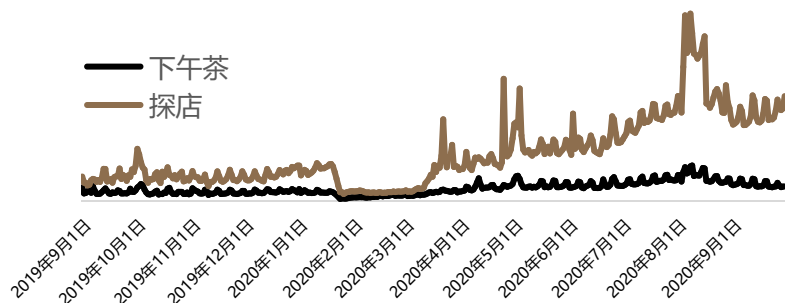
S11，选择新餐厅的比例



数据来源：艾瑞咨询《95后外出餐饮习惯研究报告》

2. 契机发现：小红书平台具有探店热潮基因

在小红书，关于探店的相关笔记有490万（对比站内口红相关笔记有252万+）、下午茶相关笔记有152万。从2020年站内搜索趋势可得：随着疫情缓解，站内探店和下午茶相关内容呈现反弹增长态势；



探店相关笔记490万+

下午茶相关笔记152万+



数据来源：小红书站内

3. 现状困境：必胜客品牌印象老化

无论是美食探店还是下午茶探店，必胜客在现代90后年轻人心中都缺乏“热门网红店”的认知，仍停留在老牌西式快餐的格局。前有海底捞，后有各式精致酒店下午茶，必胜客急需刷新品牌新鲜感，改善老牌快餐的品牌印象，需要找到刺激现代年轻人探店的痛点，进行品牌革新。

近一年美食探店TOP15

- 茶颜悦色
- 海底捞
- 伏见桃山
- 哥老官
- 合生汇
- 百分茶
- 火凤祥
- sevenbus
- 藤原豆腐店
- 杭儿酥
- 茶话弄
- 太二酸菜鱼
- 上上谦
- 喜小茶
- 萨莉亚

小红书用户更喜爱奶茶、火锅、小吃以及新潮快餐连锁店

2020上半年下午茶热搜TOP15

- tiffany下午茶
- 美克美家下午茶
- 宝格丽下午茶
- 丽思卡尔顿下午茶
- 艾迪逊下午茶
- 康莱德下午茶
- 瑰丽下午茶
- 涵碧楼下午茶
- 柏悦下午茶
- 希尔顿下午茶
- 华尔道夫下午茶
- 幸福西饼下午茶
- 黑天鹅下午茶
- 艾迪逊下午茶
- 四季酒店下午茶

下午茶热搜领域必胜客也无上榜

2020.01.01-2020.12.31

2020.01.01-2020.05.01

数据来源：小红书站内

重塑品牌认知

提升必胜客在小红书的品牌热度，刷新年轻用户的品牌认知

提升必胜客小红书站内原生搜索，缩小与竞品的差距，让必胜客跃进成为小红书美食探店热搜TOP10

拓出品牌新赛道

以下午茶为契机，助力打造必胜客爆款下午茶

刷新必胜客下午茶爆品认知，提升必胜客下午茶品牌在站内的原生热度

激发内容刺激探店

刺激用户前往必胜客探店，激发站内用户讨论

刺激用户前往必胜客体验新品下午茶，刺激站内分享关于必胜客下午茶探店的原生笔记

#必胜客爆款下午茶# 从发财到发疯超乎你想象



品牌侧 新奇下午茶

小红书大数据洞察与赋能，逐步为必胜客打造爆品下午茶，让老品牌在新赛道里焕发生机



传播侧 抢先体验攻略

首次霸王餐体验让KOL与KOC迅速开启种草传播，并结合站内外宣传逐步掀起口碑涟漪效应



创意侧 疯狂薯队长IP

首次于上海美罗城户外打造创意建筑地标和爱丽丝疯狂快闪店，强体现平台IP与创意能力



以下午茶为契机，为品牌拓出新赛道，全力打造#必胜客爆款下午茶#

STEP1 网红店基因洞察

站内网红店基因洞察挖
掘寻出年轻人探店痒点

STEP2 平台属性赋能

锁定能激发用户社交分享欲的价值点
让必胜客下午茶焕然一新

STEP3 刺激内容滚雪球

先富带动后富，小红书特派
KOL+KOC抢先一探究竟，激发内
容滚雪球效应

STEP1 站内网红店基因洞察挖掘，寻出年轻人探店痒点

类型一：凭借层出不穷的新口味获得讨论度

内容策略：为用户创造源源不断的分享动机

什么会触发分享？**尝鲜**-先人一步体验新品；**利他**-在选择过多的情况下为他人提供解决方案，**创新**-非常规喝法

类型二：凭借店铺高颜值获得拍照打卡热度

内容策略：不断强化品牌视觉，建立差异化优势

通过风格强烈的VI设计以及店铺装修刺激用户拍照和分享；引导探店打卡内容的视觉风格，强化品牌认知

类型三：凭借知名IP或独特主题给用户带来独特体验

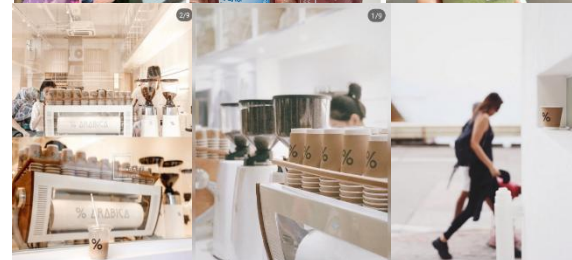
内容策略：不断强化IP知名/独特主题体验，创造分享动机的同时建立差异化优势

店铺本身塑造强IP主题，带给兴趣用户独特沉浸式体验

新口味



易出片



有主题



STEP2 锁定能激发用户社交分享欲的价值点，让必胜客下午茶焕然一新

奇口味



有故事

新年推出“包你发财”财神下午茶——以发财好意为亮点，暗示用户吃了一整年都可财运满满，在新奇口味上做足亮点。

春天，小红书牵手国产美妆品牌卡姿兰，与必胜客联名打造美妆下午茶，利用“可以吃的眼影盘”作为新品噱头，赋能必胜客下午茶更多独特新鲜感与主题感。

STEP3 先富带动后富，小红书特派KOL+KOC抢先一探究竟，激发内容滚雪球效应

- 在口碑效应上，利用新品体验官小红书霸王餐机制，让热衷探店生活类意见领袖抢先体验，在小红书站内激起口碑涟漪效应，刺激更多用户想要一探究竟。
- 在持续传播上，利用平台流量不断扩大传播必胜客下午茶新品探店爆文，新品+颜值齐聚的内容有效激发滚雪球效应，逐步塑造必胜客爆款下午茶。



投放Timeline

1.11 1.23 1.31 2.10

4.23 4.26 5.1 5.6 5.10

品牌专区持续投放 (1.11-2.10)

必胜客话题页 #必胜客爆款下午茶

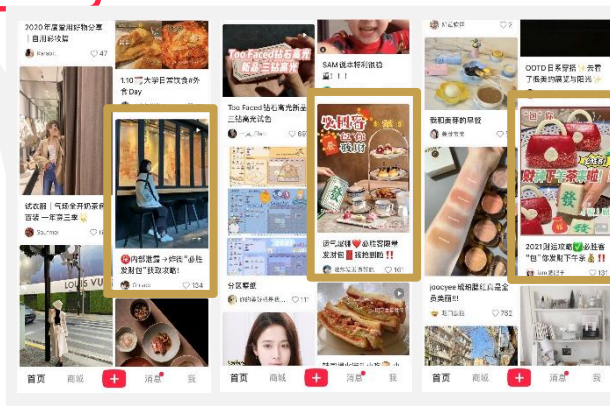
KOL信息流笔记16位 (1.11-1.31)

霸王餐新品体验官笔记发布 (12.23-1.19)

火焰话题# 必胜客财神下午茶 (1.11)

火焰话题# 必胜客 免单攻略 (1.13)

火焰话题# 断货王必胜发财包 (1.17)



企业号笔记发布 (1.11)

企业号笔记发布 (1.18)

第1波投放

爱丽丝疯狂花园线下快闪 (4.23)



企业号笔记发布 (4.26)

品牌专区持续投放 (4.23-5.22)

必胜客话题页#必胜客爆款下午茶

KOL信息流笔记发布 16&26位

火焰话题# 必胜客爆款 眼影盘 (4.26)

火焰话题# 必胜客美妆 下午茶 (5.1)

必胜客美妆下午茶

#Citywalk话题置顶

@小红书微博 发布 (5.10)

企业号笔记发布 (5.11)

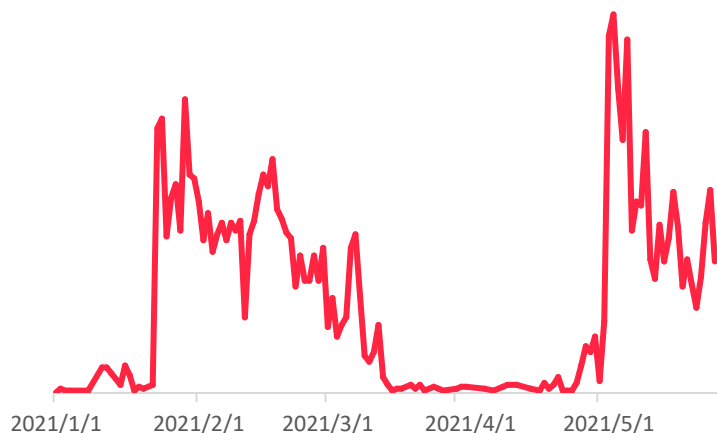
第2波投放

1.提升必胜客在小红书的品牌热度，刷新年轻用户的品牌认知

- 必胜客下午茶搜索量在两波投放期间暴增，最高增幅达**9700%**
- 必胜客品牌搜索量明显上升，两波投放期间单日最大增幅分别达到**274%**和**207%**
- 必胜客小红书企业号2021年增粉近**2000人**

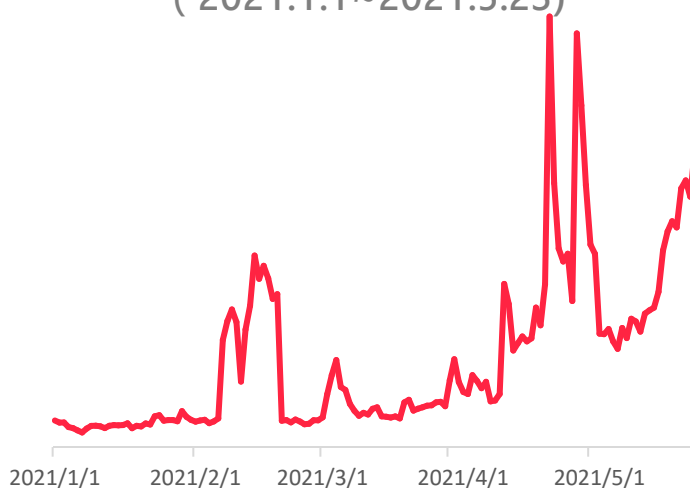
必胜客下午茶搜索量

(2021.1.1~2021.5.23)



必胜客品牌搜索量

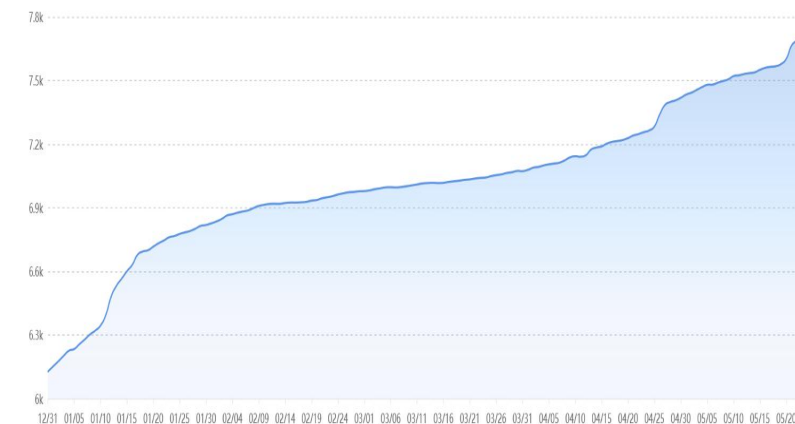
(2021.1.1~2021.5.23)



必胜客品牌企业号增粉

粉丝趋势图

总粉丝 新增粉丝

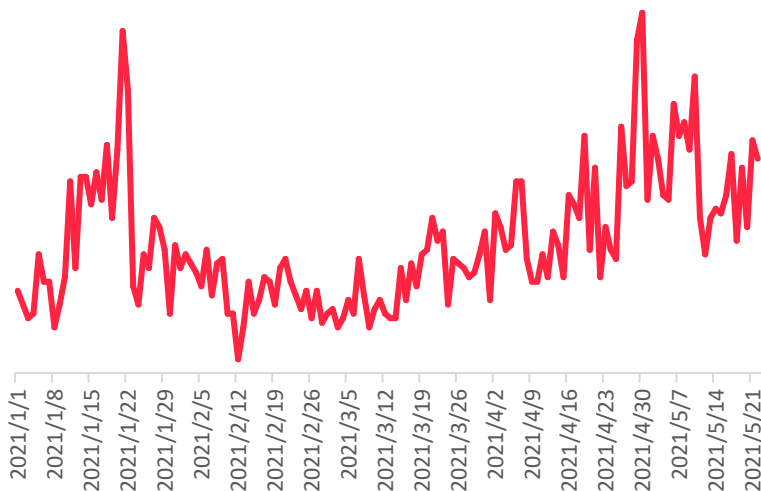


2.内容刺激探店：必胜客下午茶笔记发布最高增幅达6100%，内容资产超过1500篇

- 必胜客品牌笔记量随之上升，最高增幅达**253%**，用户反哺产生的UGC内容在两波投放后迎来高峰

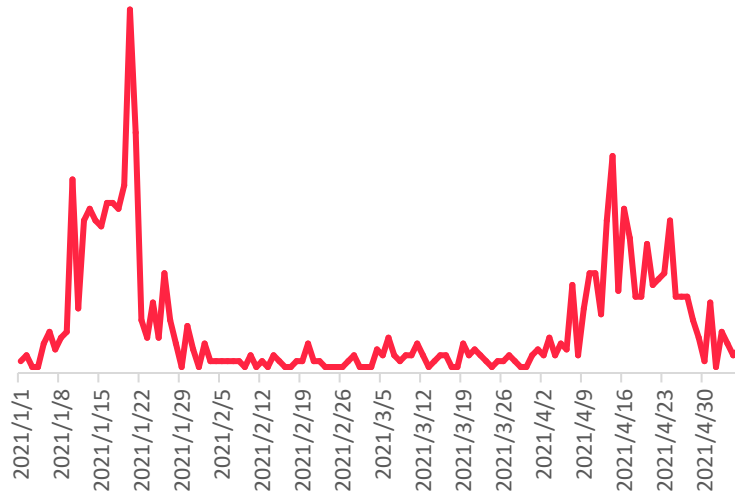
必胜客品牌笔记发布趋势

(2021.1.1~2021.5.23)



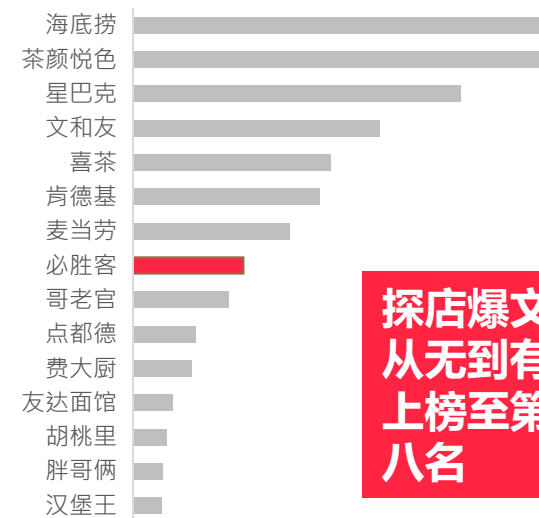
必胜下午茶笔记发布趋势

(2021.1.1~2021.5.23)



近一个月美食探店爆文TOP15

(2021.04.23~2021.05.23)



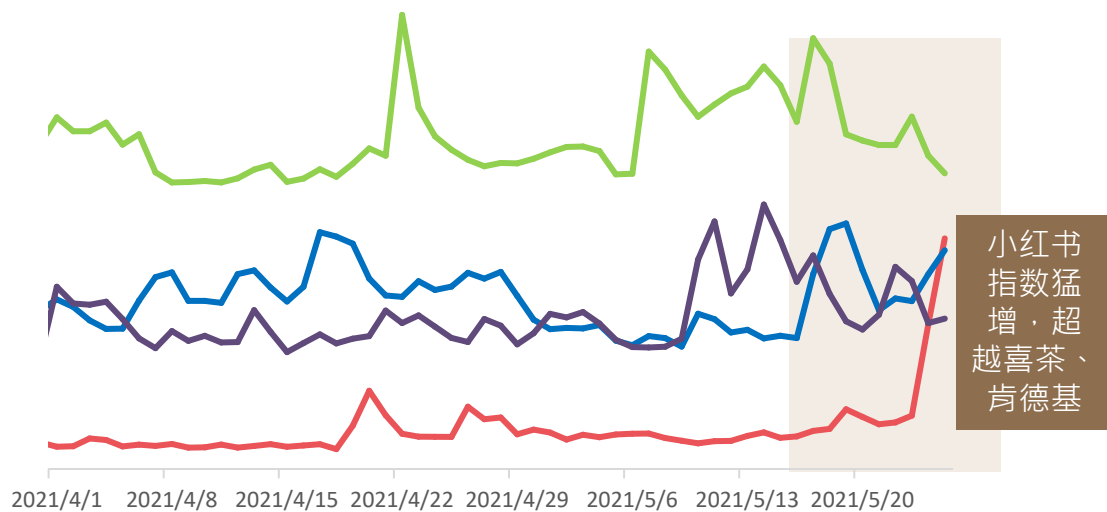
探店爆文
从无到有
上榜至第
八名

1.提升自身行业竞争力：强势超越热门竞品，上榜小红书站内美食探店热搜

- 小红书指数暴涨**355%**，一度超越喜茶、肯德基，缩小与竞品热度差距
- 拓出品牌新赛道：站内美食探店搜索领域，必胜客从无到有上榜至**NO.4**

必胜客品牌小红书指数

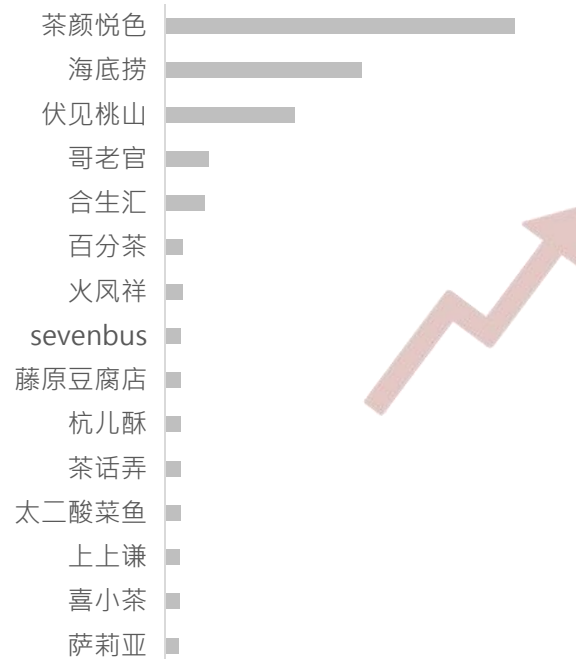
必胜客品牌小红书指数呈现上升趋势，与竞品差距逐渐缩小，
小红书指数上升**355%+**，实现品牌热度质的增长



— 必胜客 — 肯德基 — 星巴克 — 喜茶

近一年美食探店TOP15

(2020.01.01-2020.12.31)



近一个月美食探店TOP15

(2021.04.23-2021.05.23)



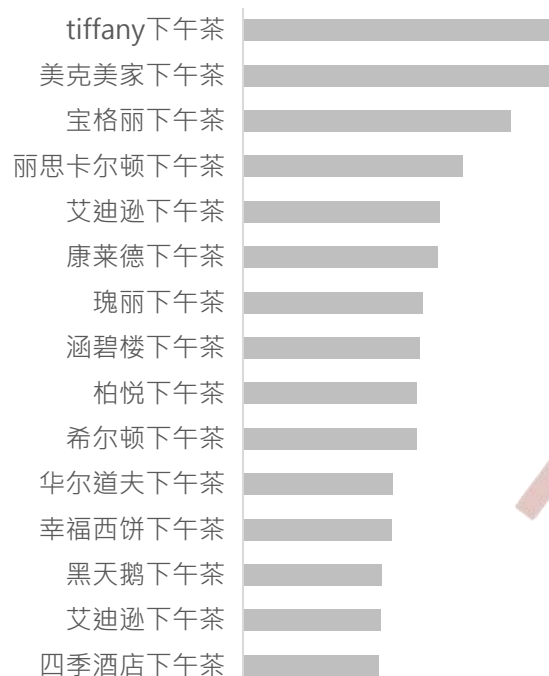
超过许多近年大火的网红餐厅

数据来源：小红书站内

2.拓出品牌新赛道：必胜客下午茶从无到有上榜全站下午茶热搜第一

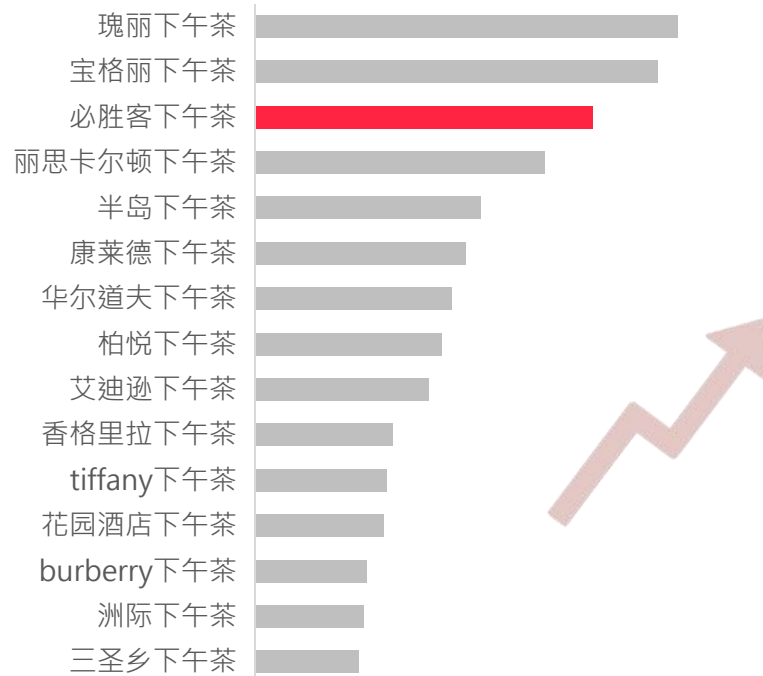
2020年下午茶品牌热搜Top15

(2020.01.01-2020.05.01)



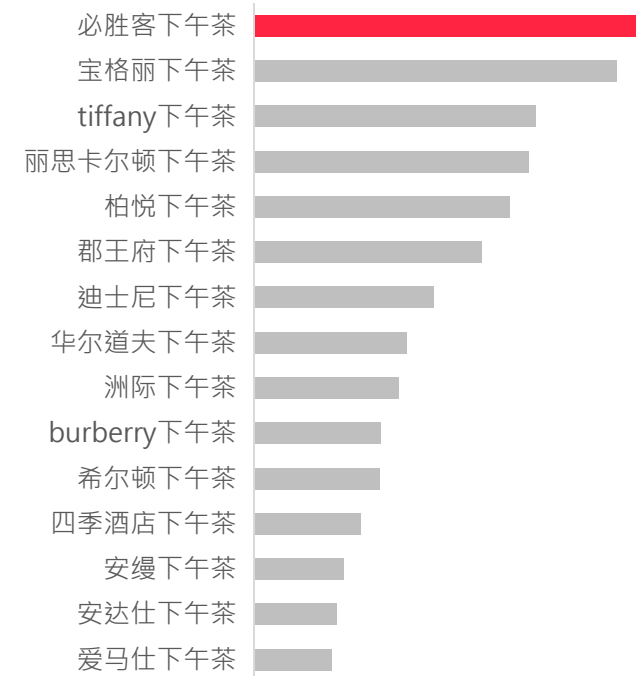
2021年新年下午茶品牌热搜Top15

(2020.11.01-2021.02.03)



2021年5月下午茶品牌热搜Top15

(2021.04.23-2020.05.23)



让媒体平台不再停留在媒体传播层面
通过前置洞察、牵手联姻与创意赋能
小红书深入营销全链路，携手品牌打造用户真正喜爱的产品与内容

最后惊喜发现，跨界联名的新奇下午茶、沉浸式体验创意打卡空间，搭配超级霸王餐模式引发用户追捧，体现小红书平台具备造爆款能力的同时，成功打造必胜客爆款下午茶

