

美团夏日特别策划 超人气甜品店

- ◆ **品牌名称:** 美团
- ◆ **所属行业:** 互联网平台
- ◆ **执行时间:** 2021.07-08
- ◆ **参选类别:** 场景营销类

背景

2020年餐饮消费人群数据显示，2020年20岁以下年轻人扩大1.6个百分点，25岁以下年轻人扩大1个百分点，他们是增速飞快的人群。对于想持续火热的餐饮品牌而言，“得年轻人得天下”，也是营销动作的长期背景与持续思考的课题。



目标

通过营销活动，精准触达年轻人群，使之建立与品牌联系

吸引圈层：通过营销内容设计，精准圈定年轻人群

浏览种草：趣味展示品牌产品内容，吸引注意力

私域流量：不只一次营销活动，更成为品牌粉丝



除了用优惠会场大促迎接夏天 如何在这基础上更好?

有趣味

如何让会场的玩法更具创意，
逗笑消费者，满足好奇心，
创造社交话题？

有福利

如何让会场的头部餐饮品牌
投入更好供给，让跨BU第三
方更愿意加入？

- 看消费者，00后消费者最爱味型是甜，辣锅配甜品正在成为正餐商户频频尝试的奇招
- 看领先品牌，如何才能吸引消费者、满足好奇、创造社交话题？限定！社交！萌趣！



101拿破仑帮助经典翠园出爆款、年轻化、做网红

这一季夏日限定是？

哪一种食材会流行？

谁又要和谁玩跨界？

他家甜品也太好吃了吧！

- 整个案例的核心策略是什么? **开一家线上夏日限定甜品店**

小孩子的梦想

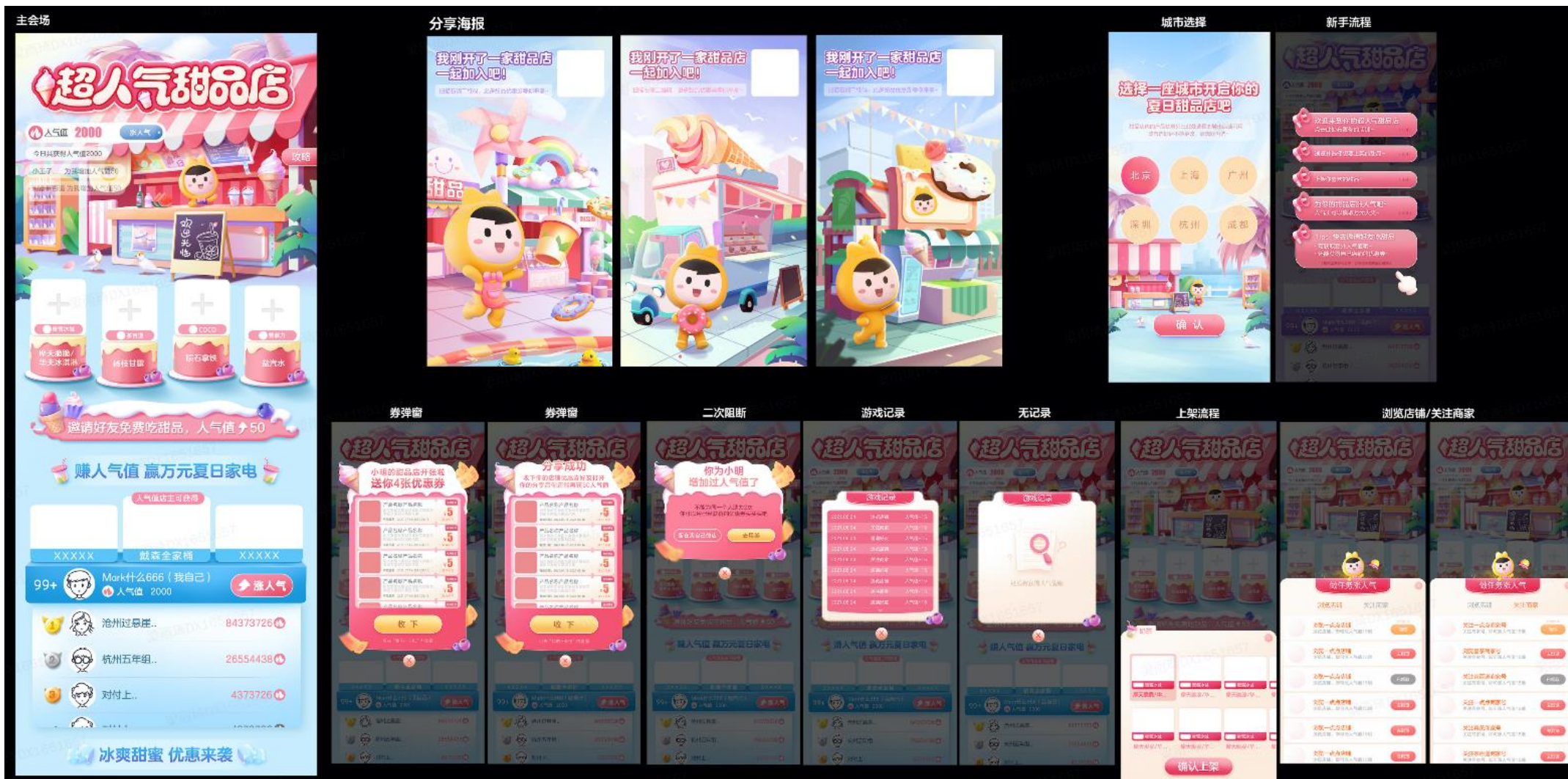
才是两支巧克力甜筒

成年人都想

开一家自己的冰淇淋店



• 第一步 开发全新开店机制



第二步 平台跨部门各资源位上线

大众点评首页信息流



美团首页猜你喜欢



美团充电宝侧边栏



美团充电宝弹窗



大众点评官微服务号

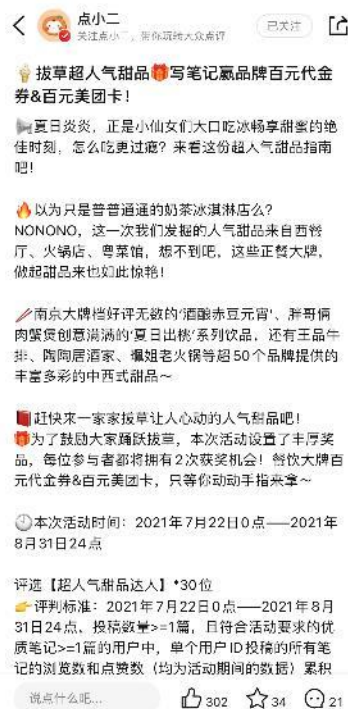


第三步 点评公众号话题#拔草超人气甜品发布

大众点评社区话题



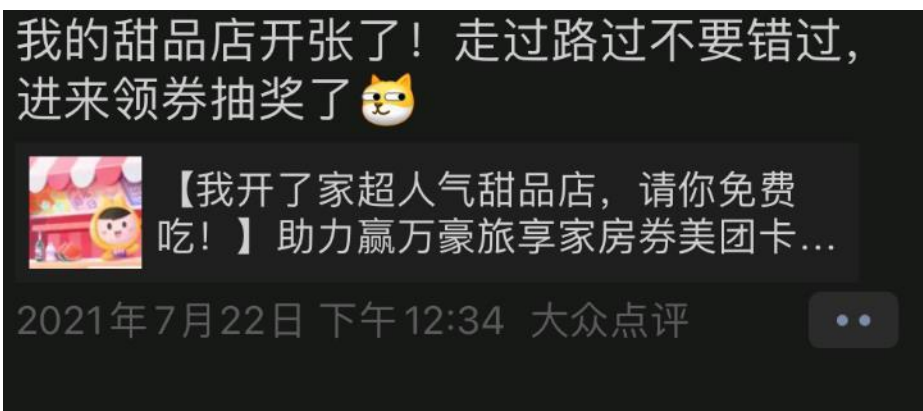
大众点评小二话题发文



合作商家新鲜事



- 受众参与互动的营销场景



积分榜前50名均突破3,500分，来自广东省代表队的用户教*，凭借**15,460**分的惊人分值，大幅领先亚军3000分，邀请了多达475位好友，人气王当之无愧！

作为一次洞察创意驱动的夏季活动，在小成本营销投入

活动期遭遇8月疫情不稳定，投放面大幅减少的情况下，获得超过**700万**曝光

超过**10万人**参与游戏，开了一家甜品店，发出商家招牌甜品券**5万多**张

为会场商家增加**25万**关注粉丝 **30万次**店铺浏览，其中品牌力优势的煲类商户，

在本次活动中获得了点评侧**2万**多新增粉丝，环比增长**200%**