

湾仔码头京东非尝大牌营销活动

- ◆ **品牌名称:** 湾仔码头
- ◆ **所属行业:** 食品/饮料类
- ◆ **执行时间:** 2020.11.15-11.21
- ◆ **参选类别:** 食品/饮料类

项目目的



【小笼包**新**品上市】及【**新**代言人】杨洋官宣

“双新”契机

以**S级明星**效应带声量+年度**重磅媒体投入**活动带销量

通过**站内外全链路打通**触达**明星粉丝&品牌用户**，借助**非尝大牌**打爆新品

节日背景

从节点出发——天时地利人合



【天时】
契合农历节气

恰逢节气“小雪”
顺应消费者食用鲜货面点的趋势



【地利】
卡位双促营销空白

以明星+活动+互动三重营销补位
双11&双12间隔期的营销空白



【人合】
聚合明星流量焦点

利用S级流量明星效应——杨洋
充分挖掘利用明星势能为活动导流

消费者画像

从人群出发——聚焦用心生活核心人群

面对生活的车水马龙
TA没有忘记生活最初的模样
哪怕小到一日三餐
不会只点个外卖 在刷刷手机中对付过去
用心生活的人
是早起在家准备一顿营养丰富的早餐
是中午打开提前准备好的精致饭盒
是下班到家时端出一碗热气腾腾的饺子

.....

用心生活的人
从好好经营生活的每一餐开始
品尝每一餐所带来的好心情
发现生活好运接踵而来 开启美好每一天



核心策略



用心生活的人

品尝每一餐带来的好心情

发现生活**好运**接踵而来

湾仔码头

30年以来坚持

匠心匠人的拼搏精神

专注提供高品质美味体验

非尝大牌

京东生鲜营销IP

旨在带来健康安全好味道的体验

助力消费者**用心生活**

用心生活 好运尝来

湾仔码头联合非尝大牌及代言人杨洋作为“用心青年”的代表，共同倡导用心生活

呼吁当代青年用心生活从好好品尝每一餐所带来的好心情开启美好每一天



非尝 丈牌

湾仔码头

领券满299减150

活动时间：11月20日

用心生活 好运尝来

「湾仔码头 品牌代言人：杨洋」

传播策略

通过杨洋代言人官宣节点结合粉丝营销
站内外全链路媒体触达4A人群，实现全链路沟通引爆

A1
人群

 种草期

站内KOL矩阵式种草
多形式内容引流蓄水

A2
人群

 预热期

头部主播专场安利新品
超级无线互动强引流

A3
人群

 爆发期

明星官宣强曝光
官方PUGC专场直播引爆

A4
人群

 返场期

CRM精细化运营
构建全链路运营矩阵

核心亮点

聚焦杨洋明星核能

打造五大核心亮点 引爆非尝大牌聚变

1

站内多渠道传播
多形式种草强蓄水



2

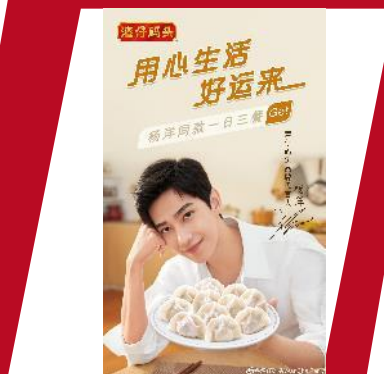
头部主播专场安利
超级无线裂变引流



京东直播

3

杨洋新代言人官宣
亿级势能曝光



4

联合京东TOP官方号
定制PUGC专场直播



京东直播

5

微信社群发布优惠信息
高渗透导流会场



| | | | | |
|---------------------|--|--|--|--|
| 活动主题 | #用心生活, 好运尝来# | | | |
| 活动阶段 | 【A1人群】种草期 | 【A2人群】预热期 | 【A3人群】爆发期 | 【A4人群】返场期 |
| 活动目的 | 站内多渠道种草强蓄水 | 专场直播+趣味互动吸引用户 | 明星官宣+PUGC直播打爆新品 | 持续露出和推广 |
| 活动周期 | DAY1-2 11.15-16 | DAY3-5 11.17-19 | DAY6 11.20 | DAY7 11.21 |
| 站内外 线上线下 内容传播 | <ul style="list-style-type: none"> • 站内内容渠道图文/短视频, 多形式种草, 强势预热蓄水 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; background-color: #00a88f; color: white; text-align: center;">发现好货</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; background-color: #e91e63; color: white; text-align: center;">京东视频</div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; margin-top: 10px;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; background-color: #e91e63; color: white; text-align: center;">黄金流程</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 2px; background-color: #e91e63; color: white; text-align: center;">排行榜</div> </div> | <ul style="list-style-type: none"> • 站内超级无线裂变玩法多形式拉新预热 • 平台顶部UGC达人专场直播, 在线种草收割流量 <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  </div> | <ul style="list-style-type: none"> • 品牌微博官宣代言人, App霸屏, 亿级强势曝光 • 联合京东官方号【京夜食堂】定制PUGC 2小时专场直播 • 站外微信社群发布活场优惠信息, 导流会场 <div style="text-align: center; margin-top: 10px;">  </div> | <ul style="list-style-type: none"> • RTB投放人群召回 <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  </div> |
| 站内 店铺玩法 | 活动期间店铺流量承接, 多形式内容互动高能转化 | | | |

种草期——站内多渠道多形式种草，强势预热蓄水

共发布25篇图文+短视频
覆盖多个流量渠道，攻占消费者心智



通过覆盖渠道，带出S级明星推荐信息和核心卖点，引导消费者关注下单
通过视频频道，详细直观地展现品牌主推产品，使TA快速了解产品及食用场景

预热期——站内轻互动形式，高效实现“以老带新”用户裂变



湾仔码头™

超级无线
带来进店 UV

1X,XXX

超级无线
带来成交人数

1X,XXX

11/18-20 新增粉丝数 3XXX人

11/18-20 活动会员开卡量 7XXX人

预热期——品类头部UGC达人专场打造，高效收割站内流量

京东直播

TOP级主播合作 & 站内公域强势曝光直播信息



湾仔码头主推款开箱测评

从品牌故事、S级明星推荐、原材、做法、口味串搭等方向解读，为店铺强势引流收割

产品场景解读
打造【可信任的品牌】

S级明星即将代言品牌
TA推荐的用心好物
【打造用心生活】

你不知道的新鲜做法
【美食花式做法串烧】

优惠福利
转化【用心更好价】

8场专场直播，整体互动数超 **414 w**

爆发期——品牌微博官宣，明星效应引发粉丝热议



品牌&代言人齐官宣，引导粉丝参与活动



粉丝热烈响应，强势扩散活动声量

官宣微博转发量高达 **128 W+**

爆发期——京东美食PUGC专场直播，在线种草刺激下单

京东直播

TOP级美食官方号
【京夜食堂】



1

“好运尝来”
菜单曝光

介绍杨洋推荐的专供产品卖点
展示品牌多元化产品线

2

米其林
花式吃法

介绍“好运尝来”N种花式吃法

3

现场直播
互动

领取10套限量“好运尝来”餐单
及杨洋周边礼品

4

持续穿插
重磅优惠

购买力度，引导粉丝及用户成交

爆发期——站外多社群发布活动优惠信息，实现精准引流



社群文案示例

- 杨洋的同款一日三餐已上线，来京东“非尝大牌”活动日，更享湾仔码头产品满290-150大额优惠券，速速get杨洋同款，与杨洋一起享受美味~
- 湾仔码头上宴桌，亲朋夸奖张口来。冬至各色饺子宴，年节上桌饺子有。正月十五买汤圆，各种口味全都有。芝麻花生和番薯，@杨洋羊毛笑口开。

站外投放覆盖 **120个** 美食社群，总曝光近 **6W**

广告费用及效果

ROI

4.XX

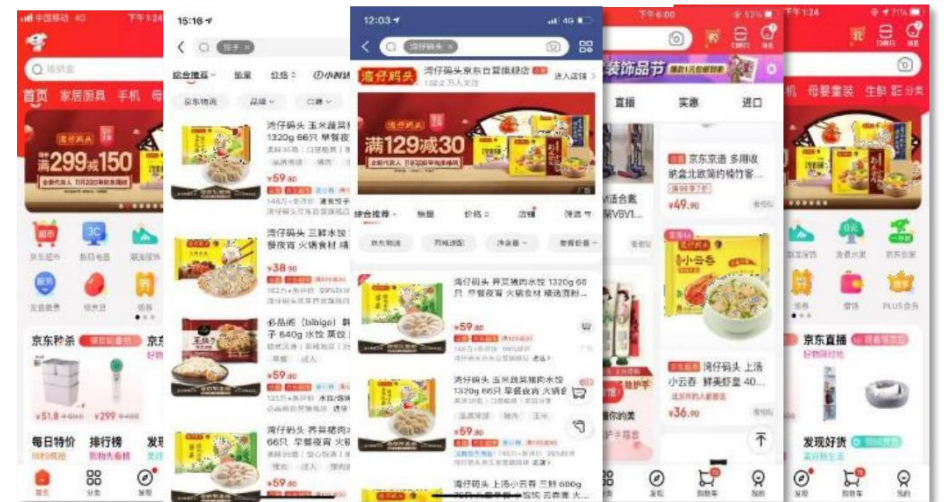
下单
金额

3XX w+

活动期间，RTB投放为会场引入

曝光量超 **1,082w+**

点击量超 **13.5w+**



活动整体效果汇总



声量传播效果

店铺总UV周环比增长

247%↑↑

广告投放曝光量超

1,082w+



GMV达成

活动期GMV周环比增长

2,996%↑↑

主推款GMV环比日常增长

1,333%↑↑



引流拉新

店铺增粉周环比增长

3,061%↑↑

活动拉新吸粉人数超

4X w