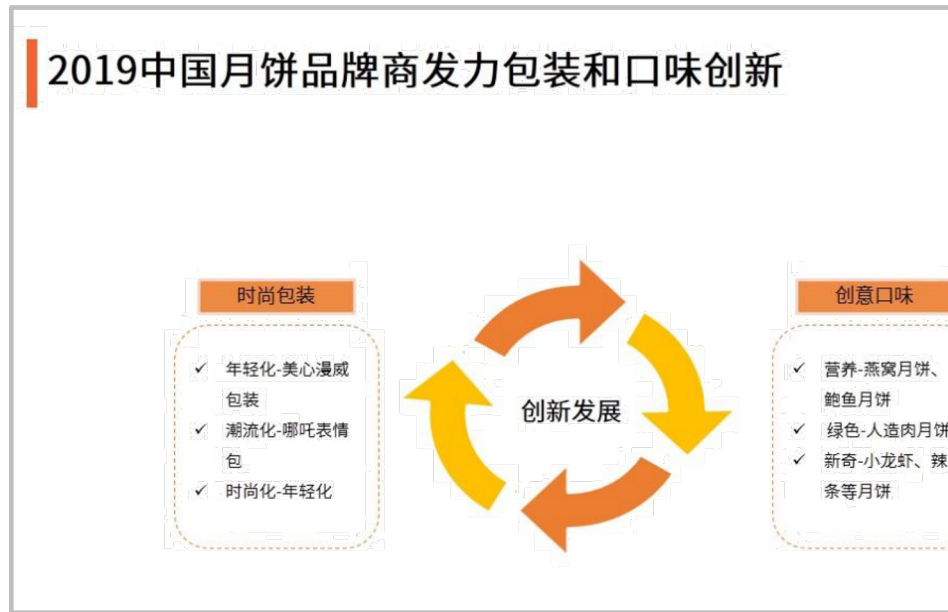
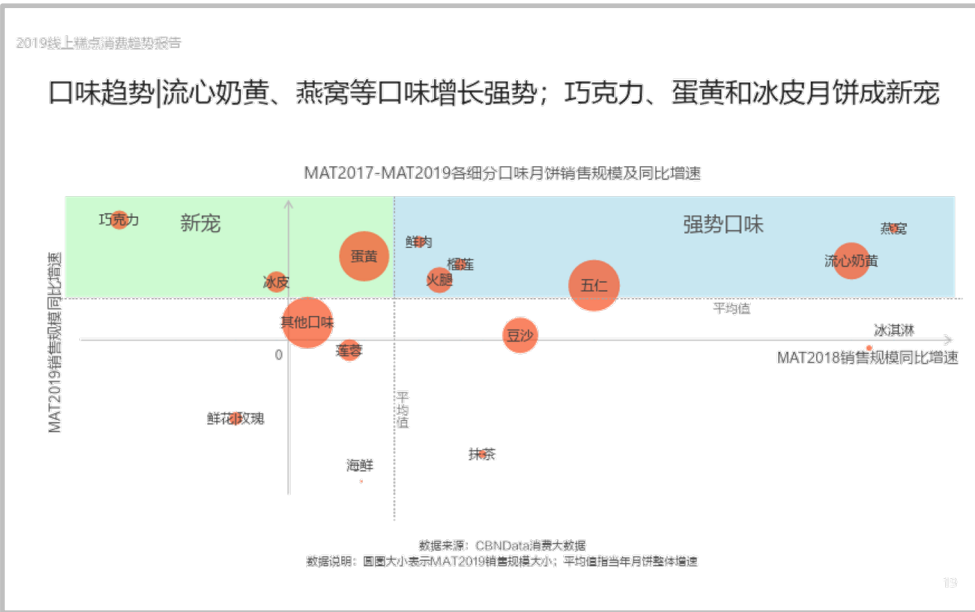


# 哈根达斯2020京东中秋营销活动

- ◆ **品牌名称**：哈根达斯
- ◆ **所属行业**：食品/饮料
- ◆ **执行时间**：2021.09.15-10.20
- ◆ **参选类别**：效果类-效果广告

## 许多月饼品牌迎合市场挑战 在中秋月饼的包装和口味上进行创新 新奇口味、奇特包装越来越多

拼口味、拼颜值、拼创意  
也成为当下主力年轻人群自选月饼的首要理由



月饼是中秋节最常选择的应季  
美食

但遭遇 创意礼品 的挑战

中秋特色创意 & 高档有品位

给月饼市场带来威胁



图3 中秋礼品的选择



Top  
Mobile  
Awards

## 项目目标-保持月饼品类优势，达成中秋店铺销量

## 背景&目标



- 中国传统中秋节延续哈根达斯品牌冰激凌月饼品类优势
- 借助站内外资源围绕IP&SKU创造传播内容
- 2020中秋营销战役中达成销售1,700w的目标



# 强招新+强促销

1

精准投放  
销量转化

2

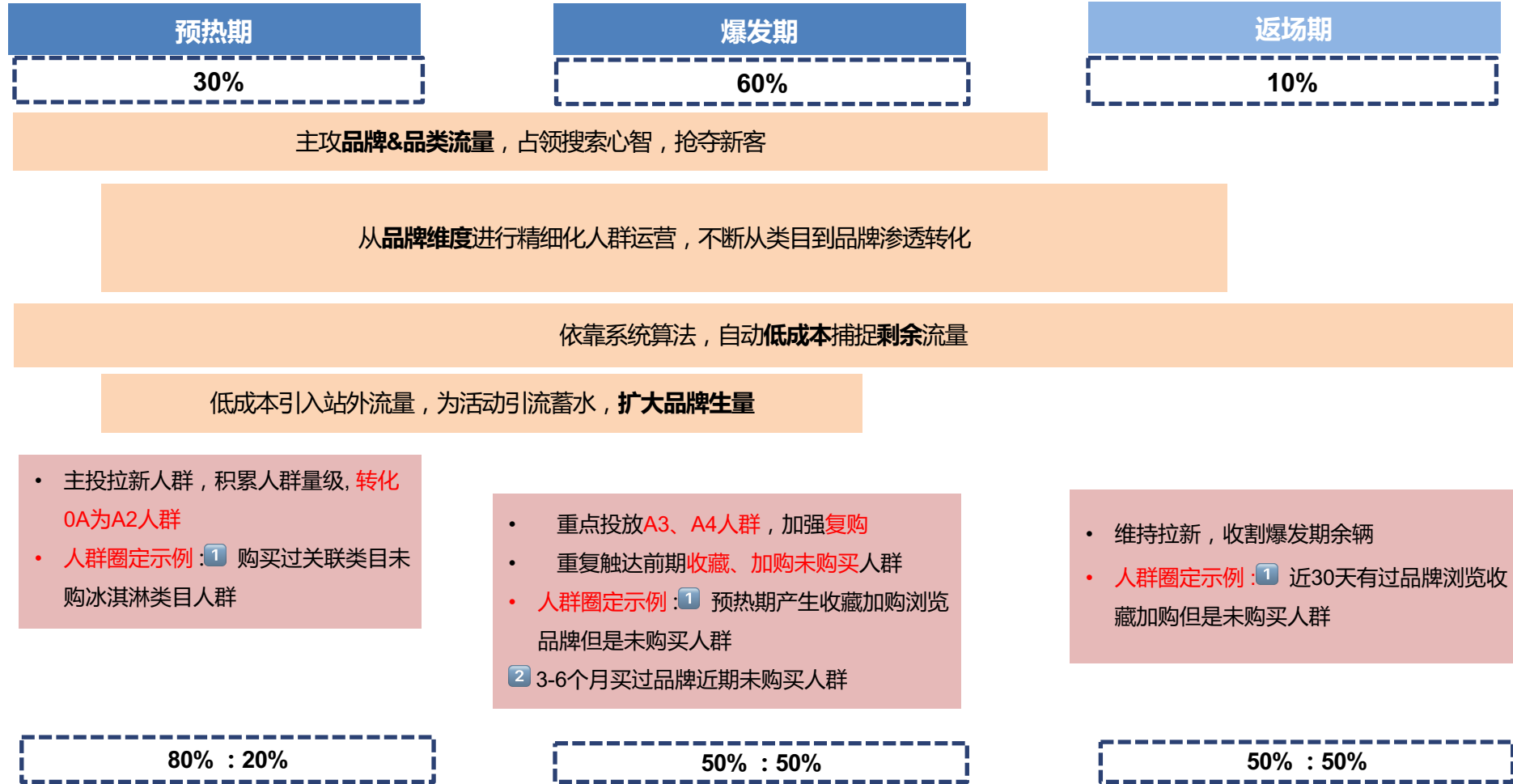
营销裂变  
场景沟通  
拉新蓄水

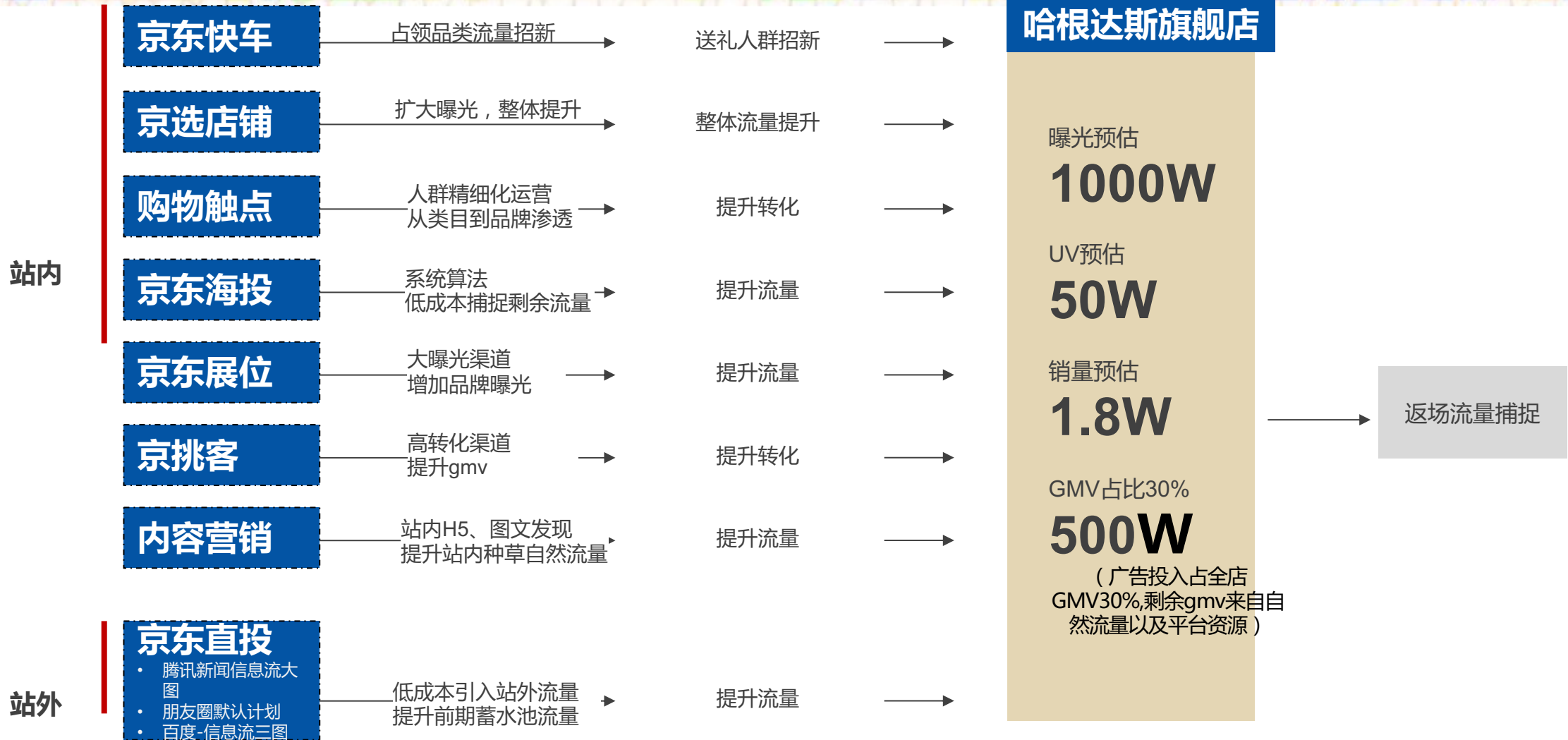
## 投资节奏前置

- ### 渠道策略
- 快车-搜索
  - 购物触点&推荐
  - 京东展位
  - 海投
  - 直投

- ### 人群策略
- 品类新客
  - 品牌新客
  - 品牌老客

## 新客 : 老客





//

## 营销裂变 拉新蓄水

【AR全景云旅行】

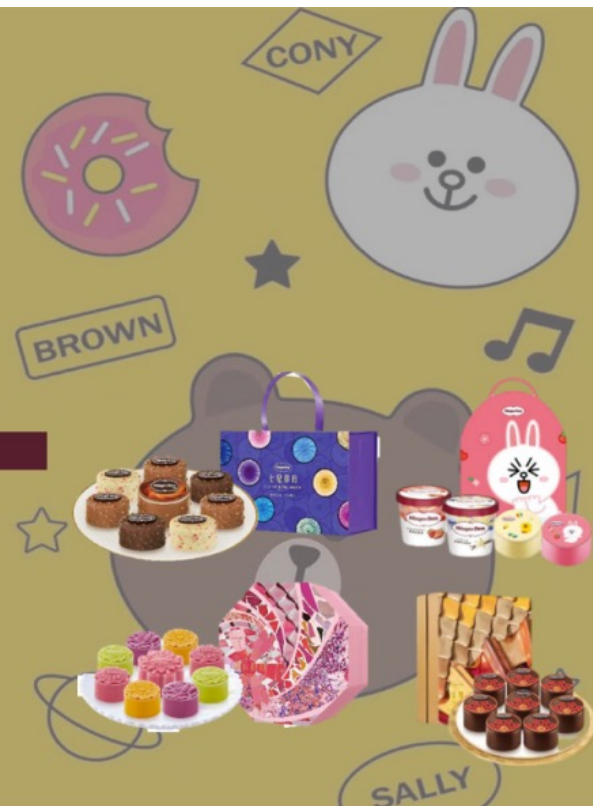
### 假装在度假 哈根达斯高光“传送门”

因疫情影响，国庆国外旅游仍受影响  
AR全景云旅行  
给无法亲身体验的人群准备一段虚拟之旅  
揭示月饼冰淇淋联名礼盒的无尽魅力  
Pick你最爱的Line Friends礼盒

去西班牙吧！  
将高迪的艺术瑰宝带入你的眼帘  
足不出户体验到高迪式的建筑美学

去法国吧！  
在塞纳畔尝一口哈根达斯冰淇淋，  
感受浪漫的浪漫气质

去韩国吧！  
在梨泰院感受最大的Line Friends  
旗舰店，满满的少女心







哈根达斯



佳沛



京东“高光时刻·礼应有你”中秋送礼会场  
跨品类联动、拉新促活  
可邀请其他高关联送礼品类参与

**目标TA人群匹配**

高净值人群等

**产品匹配**

高品质产品  
送礼体面过人

**购买场景匹配**

中秋送礼必备



## 抖音尝试深度合作

平台尝试多圈层kol直播



1, 抖音小店中秋上线



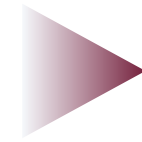
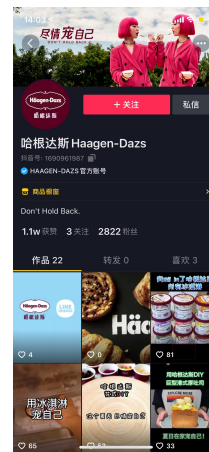
2, 明星王祖蓝直播带货常新

3, 联合抖音官方 共创中秋专场直播

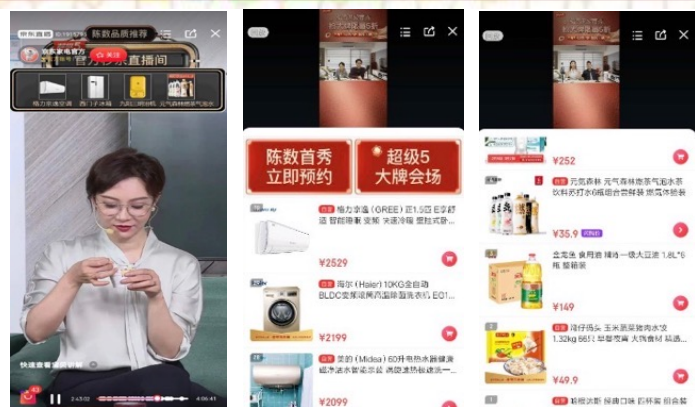
直播观看量  
破5.2W

成交单量  
超400单

### 7款创新月饼冰淇淋上线-开启中秋送礼艺术风潮



## 明星直播



### 明星直播-陈数首秀“京”致生活

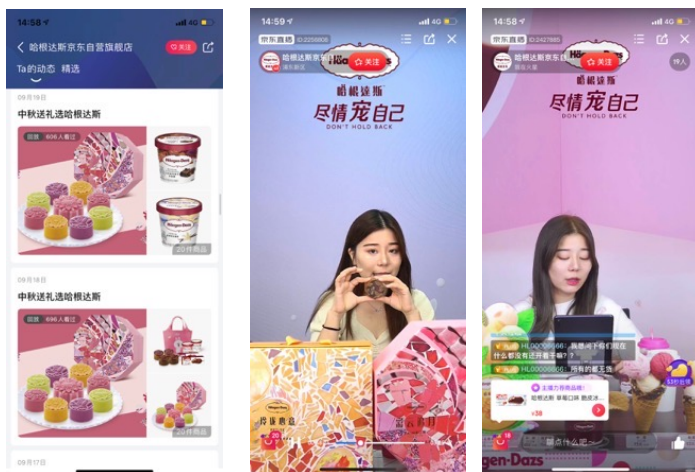
累计观看数  
破**168W**

累计访客数  
超**98W**

累计点赞数  
近**400W**

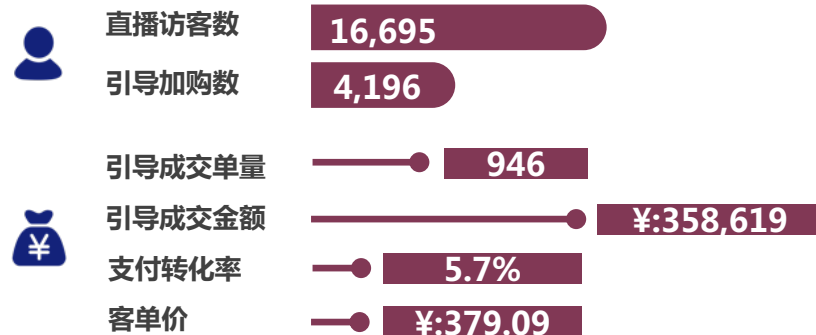
明星直播能有效提升店铺曝光，为店铺实力引流

## 店铺自播



店播  
场次  
**25场**

总时长  
**75h  
16m**



数据来源：京东商智后台直播数据，数据周期为：8.13-9.30

店铺直播高效催单转化，在稳固活跃粉丝的同时，带来实际销售转化

C2M用户需求洞察

消费者热点

IP

独一无二  
个性鲜明

消费者痛点

送礼千篇一律  
缺乏新意

口味固定单一  
没有特色

C2M产品定制

1:LINE FRIENDS联名 实力圈粉



2:冰淇淋x月饼跨界 创新口味



3:中秋送礼节点契合

京东特供【京秋邀月】





Top  
Mobile  
Awards

# 项目效果反馈-哈根达斯月饼节类目排名NO.1，销量增长31%效果&反馈



## 2019 VS 2020整体表现对比

2020

GMV  
**X,302,832**

目标: 1,500W

进度  
**53.35%**

VS

2019

GMV  
**x,069,424**

目标: 1,000W

进度  
**50.69%**

类目排名NO.1

**31.12%**