

# 美团外卖三周年微博营销

- ◆ 广告主：美团外卖
- ◆ 所属行业：餐饮
- ◆ 执行时间：2016.11.14-11.30
- ◆ 参选类别：创意类

# 案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

[http://v.youku.com/v\\_show/id\\_XMjk3MTAzMDk1Ng==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1](http://v.youku.com/v_show/id_XMjk3MTAzMDk1Ng==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1)

或者  
扫一扫看视频



- **【挑战】**

- 目前国内外卖品牌市场竞争异常激烈，各大外卖品牌都有很全面的市场定位以及战略，瓜分目标用户。比如百度外卖是以打造“品质生活”为主，抢占白领市场。饿了么领先早餐外卖市场，自建“有菜”原材料采购平台。所以美团外卖面对着外卖市场利润空间紧缩，以及同质化竞争严重的现状，需要借此次品牌营销活动，赢得更多目标用户以及潜在用户的关注，同时增加品牌辨识度以及影响力。

- **【背景】**

- 此次美团采用在微博的平台上进行营销推广，更多的是为了扩展目前品牌拥有的粉丝数量，赢得更多年轻用户的心。未来的市场，用户的主力军是年轻人，同时年轻用户对于“外卖”的概念更加深入人心，是外卖平台的主要受众人群，同时这部分TA更易于根据具有影响力的广告对于平台进行选择。

- **【目标】**

- 在品牌三周年之际，从广度和深度两个维度覆盖和渗透用户加入周年趴，不仅在活动中产生互动并且最终能够转化为美团外卖的粉丝，更多的拓展市场占有率，同时提升品牌影响力。

- **【洞察】**

- 根据目前95后消费者行为心里洞察报告，抓住目标用户爱追星，喜爱明星，喜欢热闹派对的心里，同时借助微博这个平台，是各路明星以及各垂直领域KOL的汇聚地，也是年轻用户非常活跃的媒体平台，所以提出明星助阵和各领域KOL的齐发声，为用户一起拉开品牌3周年庆生趴的核心创意，最大程度上提升品牌曝光度以及辨识度。

- **【策略】**

- 洞察目标TA的核心触媒习惯以及消费行为习惯，同时搭载明星的强大影响力，最大程度上赢得目标用户的喜爱，为他们提供品牌代入感以及归属感。
- 基于此，采用“百万大咖，约你开趴”的主题，更好的将明星粉丝经济结合在一起。通过实力大咖、当红鲜肉、KOL大V横向覆盖；海报、视频、话题内容纵向渗透，在微博平台打造一场“秀色可餐”的美食大趴。

## 预热

11月14日

美团外卖官方发布9位明星海报，预告三周年活动，并在微博打造开趴阵地，两大活动话题页，一个集结实力派明星阵营，一个集结了当红偶像团体的SNH48，形成两股强大的吃货势力。

## 引爆

11月18日~11月27日

邀请SNH48 9位成员发布微博粉丝头条宣传美团外卖合作商家美食系列视频，将SNH48的粉丝转化为品牌的粉丝，为品牌带来优质的讨论声量。

## 延续

11月28日开始

数十位垂直领域KOL加入到为美团庆生的活动当中，通过传播病毒视频为品牌带来良好的口碑和关注，同时为品牌带来二次传播。



## 借力微博平台，美团外卖“三周年生日趴”活动刷爆存在感

**#百万大咖约你开趴# 话题**

阅读量达**1.1亿**，讨论量超**24万**

**品牌短视频播放量**

超**600万**

**美团官微粉丝增长量**

超**2万**



**美团外卖与外卖品类的关联度大大提升**

在“外卖”一词的微博印象中，“美团”、“三周年庆”、“SNH48”等关键词赫然在列