

佳洁士重口味年终大数据 助力一口好牙吃得开

- ◆ 所属行业：快消
- ◆ 执行时间：2016.11
- ◆ 执行范围：北京，上海，广州，深圳，成都
- ◆ 参选类别：大数据营销类



- 2016年11月，佳洁士新品牙膏“全优七效”上市，主打口腔牙齿的护理功效，作为口腔护理牙膏庞大市场大军中的一员，如何快速触达目标受众，同时对产品形成深刻的记忆点，对于这款新品传播是实属不易的挑战。
- 作为吃货界第一平台的大众点评，覆盖了佳洁士“全优七效”的海量目标人群。客户希望与大众点评结合推出“吃货牙膏”的概念。通过打造与牙齿健康契合的品牌内容营销活动来与“全优七效”牙膏形成强关联。

品牌

提升佳洁士新品牙膏“全优七效”的品牌影响力，希望传播 slogan “一口好牙吃得开”

消费者沟通

借助美团点评用户大数据，帮助全优七效与消费者之间产生关联，提升产品功效感知

效果转化

吸引更多用户自发转发，实现用户高分享

Insight & Strategy 洞察和策略-品牌的消费者属性



20-45岁
用户居多

+

吃货

Insight & Strategy 洞察和策略-**品牌的消费者属性**

社会中坚力量

大众点评核心用户为青壮年社会中坚力量
25-40岁用户居多

爱美食 & 爱分享&爱搜寻

他们在以**美食**为首的国内优质人群本地生活平台，2.5亿用户，1300万日活，他们喜欢在大众点评寻找吃喝玩乐。



Insight & Strategy 洞察和策略-品牌的消费者属性
受众推广策略思考

一口好牙吃天下

什么样的人需要一口好牙吃天下？

吃货

什么样的吃货更需要护理牙齿？

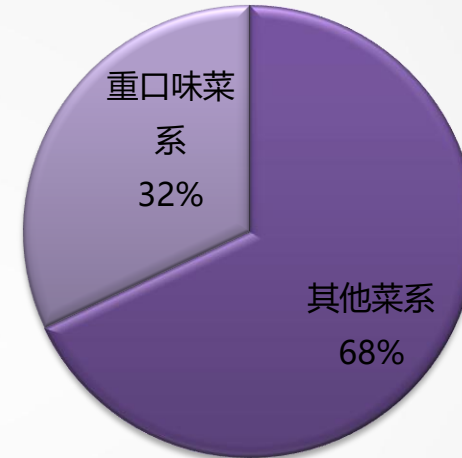
不怕辣，不怕烫，不怕油的重口味吃货

重口味吃货这个群体大吗？

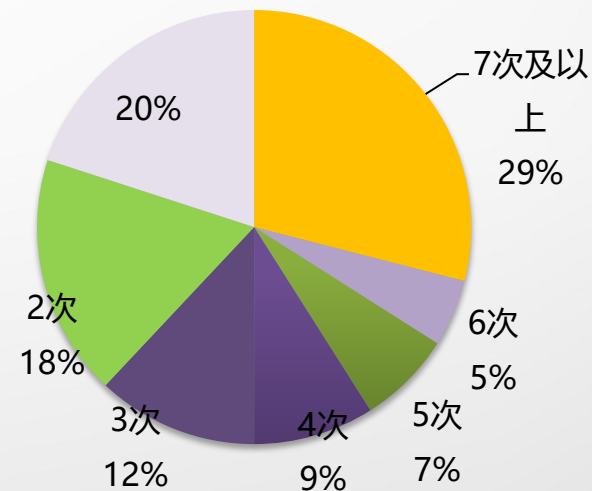
大！且越来越大！

数据出自：美团点评餐饮大数据 2016Q4

交易额占比



重口味每周浏览次数



推广策略思考-如何脱颖而出



叫卖思维传播

品牌宣传自说自话

“我们的牙膏美白，清火，健康牙龈...”

市场牙膏产品百花齐放，越来越趋于同质化，消费者对产品麻木无感，传统的叫卖式传播大打折扣



升维思考传播

让用户主动变成品牌受众

从宣传保护牙齿升维思考到为什么要保护牙齿

利用大众点评品牌优势，将重口味食物与全优七效强关联，引出需要好的牙齿护理产品进行保护

让用户心理在看到信息的时候发生转变，将自己归类至品牌的目标人群。

我是重口味？-我是哎！-你是吗？

美团点评大数据引导诠释移动时代的“重口味吃货”营销

把每个用户都转化为全优七效的目标用户

我是？

数据抓取

- 抓取用户数据

找到什么是用户感兴趣的数据

根据用户在大众点评上的行为习惯数据，将用户过去一年的浏览，定位，消费数据展现TA在重口味美食上花了多少心思

我是！

数据聚合

- 用户了解自己

找到更有趣的方式将数据呈现

每个用户都有独特的标签与行为
将这些数据通过有趣的方式传递给他们
告诉他，别怀疑，你就是个重口味爱好者
你需要全优七效的呵护

你呢？

数据分享

- 更想晒出自己

找到新颖的方式晒出自己的数据

用更有趣，更方便，更直观的方式
呈现TA要晒的东西
无形中降低传播门槛，提高分享



H5互动

重口味年终大数据

有了吃货，有了大数据

我们要用更有趣的方式与TA沟通

用大数据总结用户一年来的重口味行为数据，

给出用户的重口味界称谓以及他全国的排名，

最后引出全优七效；提升了产品功效感知的同时，

与自己息息相关的数据成为了晒朋友圈的

优质内容，成功引发传播

我是？

数据抓取 – 抓取用户行为数据

找到什么是用户感兴趣的数据

用户在大众点评上的查找美食的路径是什么

用户打开大众点评后会寻找自己喜欢的品类美食，找到后会进入店铺POI浏览店铺详情，确定要去的商户后查看店铺地址，最后到店进行消费。

查找美食

查看店铺

锁定位置

消费买单

浏览数据

定位数据

消费数据

按照用户习惯总结重口味美食大数据

从浏览，定位，消费三大维度总结用户大数据报告，同时将每一项数据在全国进行排名对比



我是！

数据聚合 – 让用户了解自己

找到更有趣的方式将数据呈现

精致数据设计，用户每一次滑动都不无聊



将每一个数据过度进行精心设计，确保可视化最优

FLOW

双维度组合标签，智能匹配用户的最爱

系统后台智能匹配，通过用户最爱的重口味菜系与消费占比，智能匹配出42种称号，即使在大众点评无浏览无消费记录的用户也有独特的称号给出，引出全优七效产品



7大重口菜系+4级消费分类

29大用户称号



你呢？

数据分享 – 让用户更想晒

找到新颖的方式晒出自己的数据

好的内容，更棒的分享方式

根据朋友圈浏览行为寻找优化方式

根据用户朋友圈浏览习惯，我们发现分享链接打开率远低于分享图片打开率，于是开发一键生成图片功能的创新形式，利于在社交平台上传播分享。

开发符合本次大数据朋友圈传播的全新分享方式

用户只需一键保存即可转发至朋友圈，让品牌活动可以更多次被别人开到，并且将用户想晒的数据更直观的展示给TA的朋友们。



投放位置相对隐蔽，但是在完成了曝光与点击的KPI同时得到了超高的分享率



美食频道首页Banner
(第二帧,北上广深成)

精准投放 北上广深成 五座新品核心推广城市

投放时间：11月25日

互动曝光总计：21,048,563

H5分享：**26%**的人选择在朋友圈晒出了自己的报告

*数据来自于美团点评后台技术统计