



Top
Mobile
Awards

美团点评 “推广通”



- ◆ 所属类型：平台
- ◆ 开发时间：2014.08
- ◆ 参选类别：年度最佳移动广告投放平台

美团点评 “推广通”

领先的生活服务
智能营销平台

“推广通”基于美团和大众点评双平台6亿用户的海量消费数据，强大的LBS定向能力和细致的用户分层，勾勒出清晰的用户画像和用户需求模型，为商户提供精准的营销服务。目前，“推广通”服务于包括餐饮、结婚、丽人、休闲娱乐、教育等在内的16个垂直行业，覆盖了几乎所有的生活服务领域。

开发背景



营销进入下半场

当营销进入下半场，面对复杂的营销环境的变化，如何在有限的营销预算内，实现精准、高效营销；如何享受到移动互联网时代营销带来的价值与红利，成为商家当下面临的挑战。为了让商家的生意更加简单高效，真正享受到移动互联网营销带来的红利，美团点评推出了“推广通”这样一个领先的生活服务智能营销平台。

■ 定位和核心目标

定位：领先的生活服务智能营销平台

核心目标：让生意来得简单高效

功能特色



全场景覆盖
LBS精准投放
精准洞察用户兴趣
使用门槛低
智能投放

营销价值



覆盖双平台全部用户消费场景

美团点评双平台覆盖多行业，在垂直领域深耕积累，不论是在线上还是线下都具备强大的跨场景营销能力。再加之美团点评是6亿吃喝玩咖的线上流量入口，拥有450万合作商户，覆盖到2800多家市区县，赋能线下商户的能力是其它营销平台所不具备的。

营销价值



线上线下一体化营销

离消费决策更近。基于地理位置，为消费者提供离决策和消费场景更近的参考，有效提升广告转化。让整个营销过程从消费者线上搜索、浏览、下单、线下到店消费、加入会员到二次营销的过程实现闭环。

营销价值



多行业深度积累精准触达

深耕生活服务各大垂直行业。“推广通”服务于包括餐饮、结婚、丽人、休闲娱乐、教育等在内的16个垂直行业，覆盖了几乎所有的生活服务领域。

使用步骤



便捷性 —— 移动端+PC端

打通移动端和PC端，可轻松登陆

移动端登陆：下载“美团开店宝”APP

PC端登陆：<http://epassport.meituan.com>

点击“推广通”即可进入“推广通”后台

使用步骤

小推的面馆 >

门店推广20170605 推广中

工作日日预算 ¥100
周末/节日 日预算 ¥130

搜索类展位

今日花费 ¥100.00
昨日花费 ¥100.00

广告预览

单次点击出价

- 2.00元 +

推广城市 牡丹江

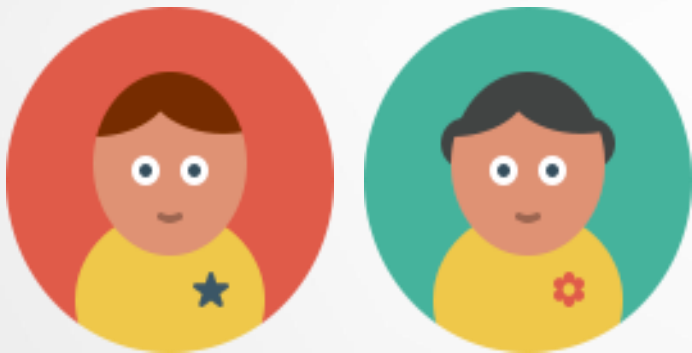
推广时间 10:00-20:00 >

收起 ^

智能化——个性定制营销方案

可对每个广告位的推广时间、人群、范围进行详细设置，个性化定制营销方案。

■ 目标使用用户



“推广通”目标用户包括美团点评平台餐饮、结婚、丽人、休闲娱乐、亲子、教育、酒店旅行等在内的16个垂直行业的450万品牌/商户，以及更广大的生活服务领域尚未触网的商户。

针对不同受众的应用区别

通用版

旗舰版

“推广通”有通用版和旗舰版，适配不同层级商户的特点和需求。

美团点评“推广通”营销案例 - 餐饮行业营销案例

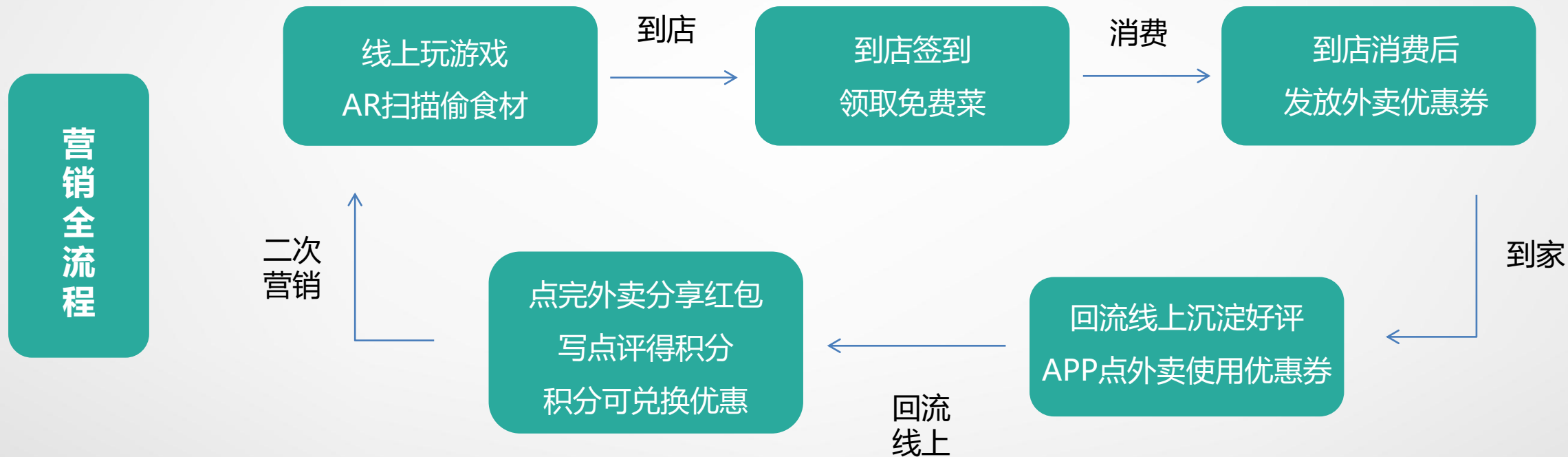


案例一：小杨生煎线上 → 线下 → 线上全流程营销

推广目标：吸引新老客户，增加到店客流

营销策略：线上 → 线下 → 线上全流程营销。回流线上，沉淀消费者，触发二次营销，做到了线上线下快体验、全流程。

美团点评 “推广通” 营销案例 - 餐饮行业营销案例



美团点评“推广通”营销案例 - 餐饮行业营销案例

营销效果

领取免费菜

近1.5万
名

到店客流

5000桌

兑换率较通常高

30倍

美团点评“推广通”营销案例 - 品牌广告主营销案例



案例二：哈尔滨啤酒全流程，全体验营销

推广目标：吸引新老客户，扩大曝光量，提升销售量

营销策略：全流程，全体验营销。通过美团点评的数据发掘哈啤消费者，定位爱好者及口味偏好，并通过外卖菜单和点餐界面明确哈啤卖点。在明确目标消费者后，在各个场景里把广告与体验融合在一起。

美团点评“推广通”营销案例 - 品牌广告主营销案例

营销全流程

看广告

通过用户过往数据，
定位爱好者及口味偏
好
通过外卖菜单+点餐界
面明确哈啤售点

场景匹配

16:00 外卖
11:00-20:00 餐厅
21:00 宵夜
消费者餐厅预约
20:00-24:00 小酒
吧
KTV聚餐预约



用户互动

- 推荐用户偏好套餐，点餐送哈啤一瓶
- 推荐周边“哈啤餐厅”，到店哈啤首瓶免费
- 推出周边3km夜宵排行榜，哈啤买3送1活动
- 推荐用户偏好菜品，搭配啤酒，提前锁定购买
- 休闲娱乐活动后，推荐适合酒吧，哈啤买3送1
- 预约时推荐哈啤主题包厢，预约酒水套餐，体验活动

二次营销

1. 用户线下参与活动后并扫码
关注，成为大众点评哈啤专
享会员，获得更多福利
2. 根据用户行为轨迹，进行跨
场景营销
3. 推送用户超市/电商优惠券，
驱动用户转化购买

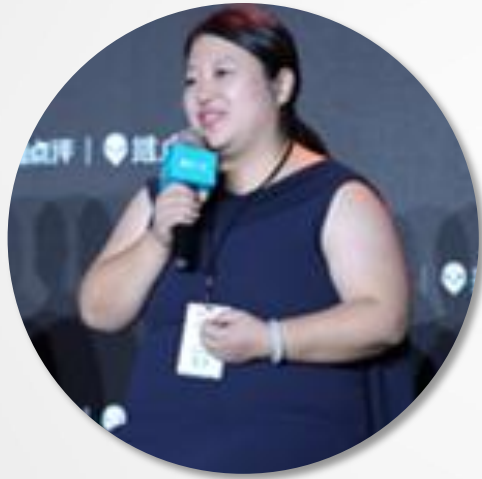
美团点评 “推广通” 效果反馈与评价



韩时烤肉CEO-吕东

- 餐饮行业：韩时烤肉（全国连锁韩国料理店）——“推广通”帮我们实现了非常精准、有效、节省时间和精力营销。生意相对差一些的门店我们就用“推广通”来做精准的营销，推送给3公里以内，给消费者推送一些准确的优惠的金额，降低一些试错的成本，这是推广通带给我们的好处。

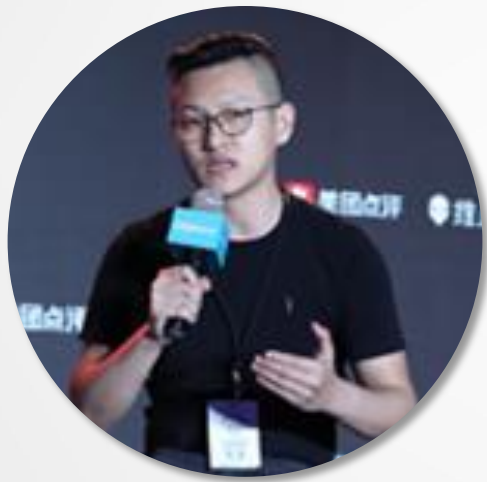
美团点评“推广通”效果反馈与评价



华夏良子董事长-史蕾

- 休闲娱乐行业：华夏良子（全国连锁健康养生服务机构）——华夏良子之前的客户群大部分是40-60岁的中老年人，通过与美团点评合作，我们的客群更加年轻化，至少有20%的年轻顾客增长。为此我们还设立了为年轻态顾客服务的的子品牌。

美团点评 “推广通” 效果反馈与评价



恒企教育副总裁-李齐

- 教育培训行业：恒企教育（会计职业教育培训机构）——我们是一个低频服务的行业，但可以和高频服务产生联动，比如我们很多客户都是女性用户，在女性用户经常出入的场所进行推广，帮助我们更好找到这些用户，让我们更快、更便宜到达精准的客户。