

汉堡王程序化发券推广

- ◆ 广告主：汉堡王
- ◆ 所属行业：餐饮
- ◆ 执行时间：2017.04.07-05.06
- ◆ 参选类别：技术类



Top
Mobile
Awards

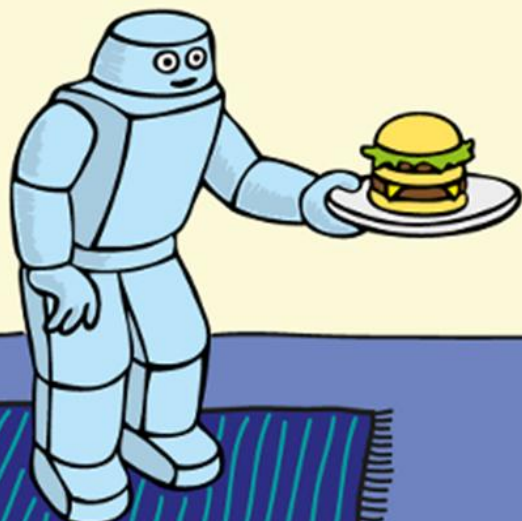
背景与目标

项目背景与挑战

<body>

快餐行业习惯在新品推广期间推出优惠券，降低新品试错成本，吸引消费者进店尝新。然而随着互联网O2O行业的奖券厮杀，消费者对于优惠券的出现产生疲态，优惠券失去了以往的吸引力。

2017年4月，汉堡王同时两款新品：小清新“意式罗勒皇堡”及辣火火“愤怒的皇堡”，希望以有特色的新品刺激消费者进店，以广泛的产品线吸引新客进店尝新。



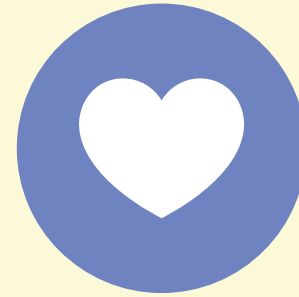
<body>

汉堡王联手大众点评跨平台场景化发放优惠券，希望与消费者互动传递产品信息，并提升奖券兑换率和产品销量。

传播目标



2017年4月大众点评X汉堡王
小清新辣火火汉堡推广



< 提升消费者正面反馈 >



< 提升新品销量 >



Top
Mobile
Awards

洞察与策略

人群痛点洞察



消费者对于层出不穷的优惠券产生疲态

痛点：优惠券信息繁杂，缺乏使用冲动

诉求：个性定制化的优惠券引发情感共鸣

策略亮点

“吃你所爱”



“爱你所吃”

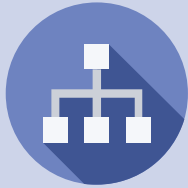
推广策略

STEP1



确定口味
判定维度

STEP2



分析消费者类型

STEP3



推送定制化奖券

推广目标

No.1



新品曝光量

No.2



消费者反馈

No.3



新品销量







Top
Mobile
Awards

媒介与执行

“吃你所爱”

STEP1: 确定口味判定维度



 定义辣火火餐厅 
川菜、湘菜、云南菜

 定义小清新餐厅 
粤菜、江浙本帮、素菜

STEP2: 分析消费者类型

 餐厅浏览次数 

数据拉取消费者过去一年
浏览辣火火&小清新餐厅次数



 消费金额 

数据拉取消费者过去一年
辣火火&小清新餐厅消费金额



 消费金额排名 

消费者消费金额全国排名
增加信息私人关联度

STEP3: 推送定制化奖券

 兴趣决定奖券 

根据消费者口味（辣火火/小清新）
推送对应产品奖券

 个性化文案 

生成个性化用户口味报告
鼓励用户转发

“吃你所爱”

游戏开始页



一键生成个性化报告



个性化推送产品介绍



派发奖券





Top
Mobile
Awards

效果与反馈

“ 爱你所吃 ”

No.1: 新品曝光量

H5活动曝光**150W+**次
活动参与人数达**50W+**人

No.2: 消费者反馈

品牌搜索量提升**71%**
门店浏览量提升**32%**
消费者正面评论数提升**64%**

No.3: 新品销量

奖券兑换率提升**55%**
直接带动团单销量**48,196**单
交易额**1,012,116**元