

# 情感营销+电商导流 外婆家打响春节红包战役

- ◆ 广告主：外婆家
- ◆ 所属行业：餐饮
- ◆ 执行时间：2017.01.05-02.15
- ◆ 参选类别：电商营销类



# 项目背景和挑战

临近新春佳节，餐饮正餐行业又将迎来竞争激烈的生意旺季。作为新一代的家庭消费决策主力，80、90后的消费者面对层出不穷的餐饮选择，往往喜新厌旧、缺乏品牌忠诚度。外婆家意识到，按照传统简单粗暴的打折促销已经难以在众多餐饮选择中脱颖而出。

**如何将“节日促销”打造成一次品牌与消费者的“走心”对话，让外婆家在这场春节营销战役中俘获消费者的心？**



# 营销目标

1. 借势春节这一营销热点，通过感性传播建立外婆家与年轻一代消费者之间的情感纽带，增加品牌好感度；
2. 借助O2O电商平台的优势，实现从曝光、互动到消费的完整闭环，打造春节生意销量高峰。



# 用户洞察

“千禧一代”（泛指80、90后），作为新生代的餐饮消费主力，一直是一个矛盾的群体。

他们追求个性，注重情感体验，极易喜新厌旧。

他们重视家庭，心思感性细腻，但又不愿言表。

陆续踏上社会的年轻人，越来越少有时间陪伴在父母身边，看望祖辈老人，陪家人好好吃一顿饭；

而在独生子女的家庭，春节的年味也越来越淡，总是会怀念小时候一大家子人围坐一桌享天伦之乐的热闹氛围.....

亲情和年味，是消费者每逢春节最敏感的软肋。

# 情感营销 + 电商导流

## 外婆家打响春节红包战役

营造阖家团圆的聚餐场景  
促进消费决策

人群  
定向

场景  
创设

认知  
唤醒

契合年前旺盛的聚餐需求，精准定向新老客、聚餐/年夜饭兴趣客群

精心创造洋溢着新春年味的家庭聚餐场景，增添感官融入感

通过**红包雨**、**九宫格**抽奖的互动机制唤醒用户对外婆家的消费认知，促进消费决策

### 刻画“外婆”亲和形象 引发情感共鸣

塑造人见人爱的“外婆”形象，将品牌赋予鲜活的人格色彩，勾起每个人儿时外婆给压岁钱的成长回忆，通过情感共鸣拉近品牌与消费者的距离

### 阶梯式红包海量派发 刺激消费冲动

结合大众餐饮定位和高频聚餐场景，活动阶梯式派出**17W**份不同面值的新年红包，适用**2-8人**多种聚餐场景，利好刺激消费冲动，带动约**280W**交易增量！





## H5: 红包雨，场景化派发压岁钱



## H5: 九宫格，抽取阶梯式红包



## 品牌老客粉丝

定向搜索“外婆家”老客粉丝展示



大众点评APP - 品牌专区

定向商户页浏览人群促进决策



大众点评APP - 外婆家商户主页

## 潜在兴趣客群

精准定向“聚餐”/“年夜饭”兴趣客群千人千面展示推荐



大众点评APP首页 - 大牌推荐位

## 消费活跃新客

相关消费买单后推荐展示



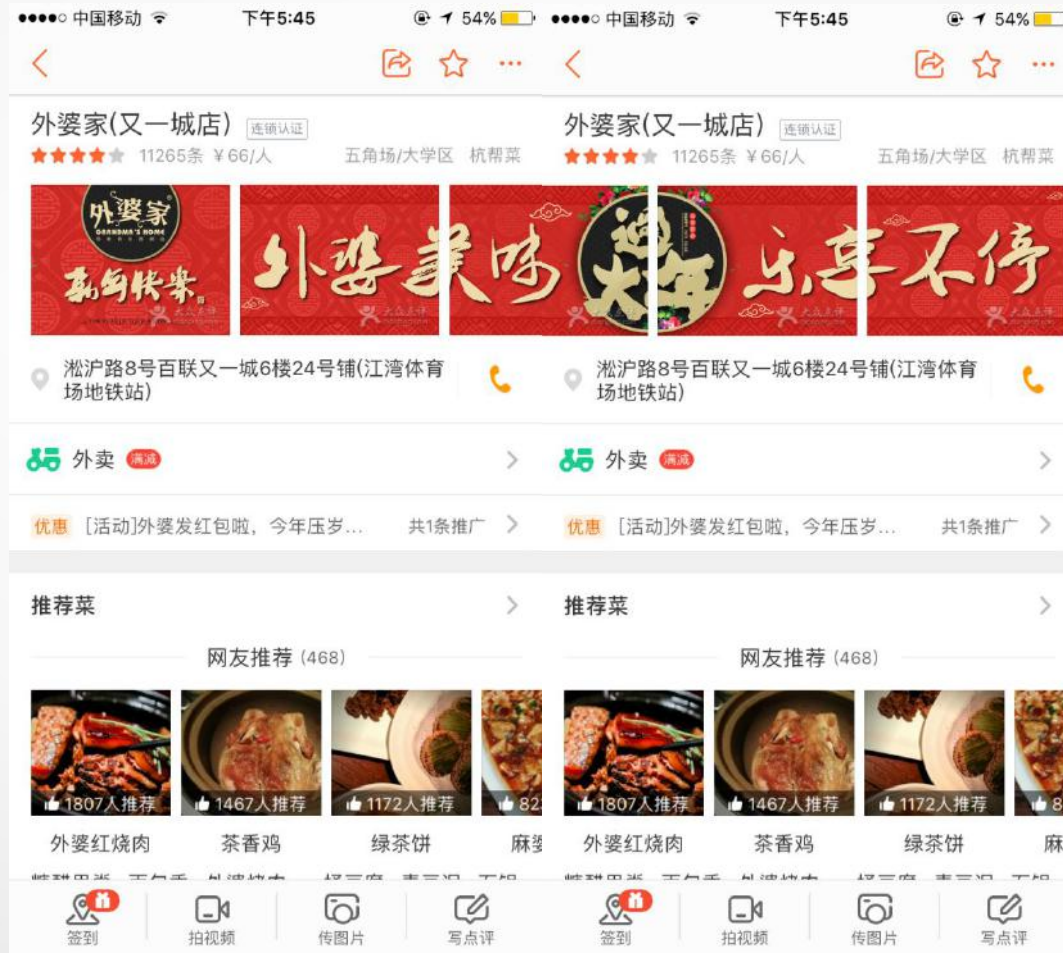
大众点评APP首页 - 为你推荐位



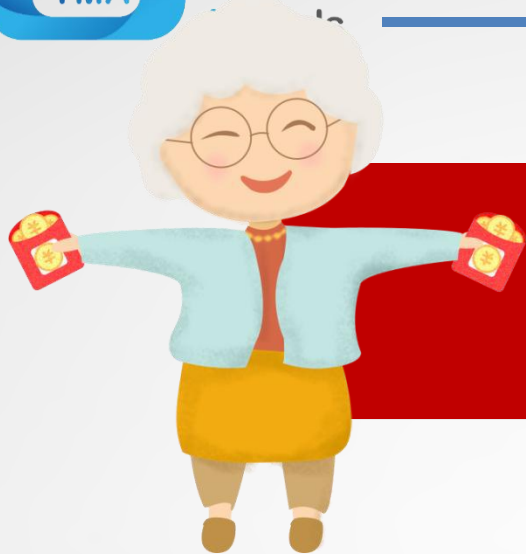
大众点评APP - 买单成功页banner



外婆家旗下20个城市的120家外婆家、炉鱼门店统一更新线上门店首图和官方相册，营造红红火火的春节氛围，强化节日感知

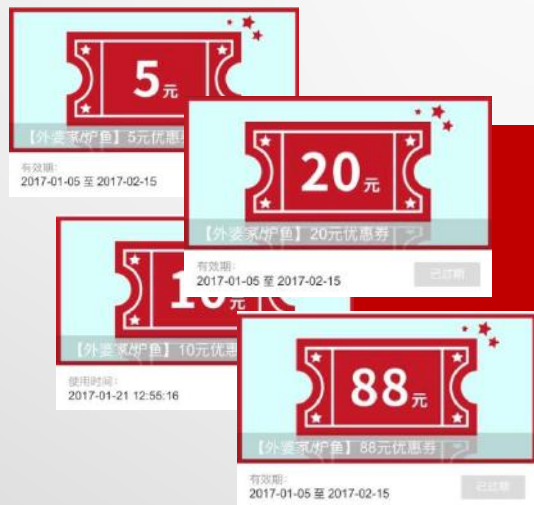






基于人群标签和消费场景的定向投放，外婆家的红包战役收获累计**2,200W+**次海量曝光，超**40W**吃货与“外婆”亲密互动，亲切温暖的品牌形象深入人心

红包战役上线后，“外婆家”日均主动搜索量同比活动前**上涨58%**，日均商户页浏览量**增长40%**，年前聚餐热度持续高涨



在春节期间，超**17W**份阶梯式红包定向派发，适用**2-8人**多种聚餐场景，到店兑换率高达**12%**，为门店带来约**280W**的节日交易增量！

