

赛百味美味随心DIY 场景体验营销

- ◆ 广告主：赛百味
- ◆ 所属行业：餐饮
- ◆ 执行时间：2016.12.5-12.18
- ◆ 参选类别：互动体验类



- **营销背景及目标：**赛百味推出川香麻辣鸡口味新品三明治，希望利用大众点评平台强大的吃货消费场景和消费闭环，实现：
 - 1、提升新品知名度传播，让用户了解新品特色，同时提升用户对赛百味点餐文化认识；
 - 2、通过互动、优惠等形式，对精准用户实现发券，促进用户转化到店。

● 活动困难与挑战



品牌影响

近年来品牌影响力略有滑落，其他新兴品牌竞争冲击，如何通过本次活动，提升用户对赛百味关注及品牌钟爱度。



消费习惯

赛百味点餐DIY步骤、产品种类较多，许多用户对此的熟悉了解并不够，如何借此活动加强用户点餐习惯认知喜爱。

● 活动策略与创意

- 1、线上DIY互动深度体验**：将赛百味线下点餐场景转移至线上，DIY互动形式，深度体验点餐步骤、了解上市新品，同时领取奖励引流门店消费。
- 2、大数据精准用户路径投放**：利用大众点评平台大数据，对投放人群进行精细筛选，同时重点覆盖平台优势用户路径投放，高效用户转化。

● 活动执行内容

线上互动模拟点餐场景，深入体验赛百味点餐文化，同时实现新品宣传

活动首页



1、选面包



2、新品登场



3、添加辅料



4、添加蔬菜



5、添加酱料



完成DIY领券



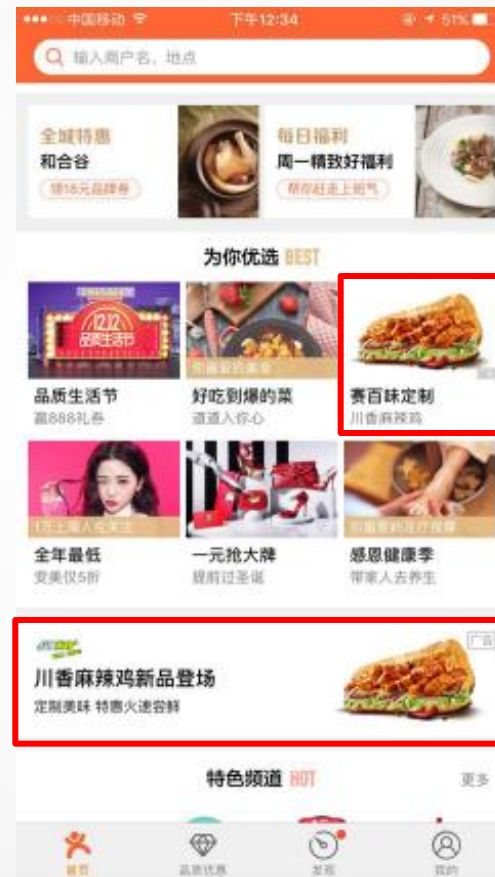
专题点击量：33.5W+，中奖人数：101014，兑奖人数：8000+

● 活动执行内容

大数据精准人群筛选，平台优势
场景用户路径投放，高效转化。



年龄：18-40岁；
商圈：门店所在商圈；
行为：搜索过赛百味、三明治等关键字



APP首页氛围霸屏强势网罗
曝光量PV：550W+



附近美食吃货用户强力触达
曝光量PV：275W+

● 活动执行结果

1、聚焦用户体验参与

活动达**33.5W+**人线上体验，深入了解赛百味新品及点餐文化，共发券**10W+**



2、品牌热度显著提升

活动前后，日均品牌搜索次数增长**7倍**，商户页浏览数增长**5倍**，点评数增长**3倍**



3、线下转化效果明显

本次活动兑奖率约7.91%，整体带来到店数为活动前的**3倍**



赛百味美味随心DIY 场景体验营销

将赛百味线下点餐场景转移至线上体验



线上DIY场景体验深度感知

活动达**33.5W+**人线上体验，深入了解赛百味新品及点餐文化，共发券**10W+**

品牌关注度显著提升

活动前后，日均品牌搜索次数增长**7倍**，商户页浏览数增长**5倍**，点评数增长**3倍**

线下转化门店效果明显

本次活动兑奖率约7.91%，整体带来到店数为活动前的**3倍**