

外婆家自创 “62外婆节” 造节营销掀动全城狂欢

- ◆ 广告主：外婆家
- ◆ 所属行业：餐饮
- ◆ 执行时间：2016.05.27-06.02
- ◆ 参选类别：效果类

项目背景与挑战

近几年，随着千禧一代和新中产阶层对生活仪式感的热烈追求，从传统的情人节、七夕节到横空出世的双11、520.....越来越多的节日不断涌现，给人们一个恰好的理由进行计划之外的消费。餐饮作为“过节”的重要场景之一，商家更会敏锐地把握每一个机会进行节日促销；然而简单粗暴的打折、满减并不能增强顾客对品牌的印象和消费黏性，有时甚至会损伤品牌形象。

如何使用好这把“双刃剑”，将“造节”营销玩出独树一帜的新意和轰动全城的效果，是摆在外婆家面前的一个考验。

项目目标

- ★ **【品牌维度】**通过造节营销，深度整合品牌资产，突出外婆家作为经典杭帮菜的定位，提升品牌认知度；
- ★ **【传播维度】**通过多重创意玩法与年轻消费群体亲密互动，促进品牌节日的广泛传播和讨论，扩大活动声量；
- ★ **【生意维度】**通过利好刺激促进消费决策，增加门店客流人气，打造节日销量高峰



外婆家自创“62外婆节” 造节营销掀动全城狂欢

1. 缔造“62”社群情结 树立节日认知

“外婆节”日期巧借杭州方言的特殊寓意，通过为杭州“62”代言，快速形成本土社群内话题发酵和传播，从而树立消费者对“外婆节”的普遍认知和持久记忆



2. 旗下全品牌联动造势 渲染节日气氛

外婆家旗下子品牌联手“搞事情”，门店首图统一更新“62外婆节”醒目标示；联合推出6.2元特惠招牌菜，为外婆节鼎力造势，扩大声量，助推全城狂欢氛围

3. 数字游戏送壕礼 引爆节日人气

620个免单名额、门店消费享62折、6.2生日顾客免排队……围绕“62”的数字游戏和重磅福利贯穿节日始终，刺激消费热情，引爆门店客流人气



项目执行与媒介

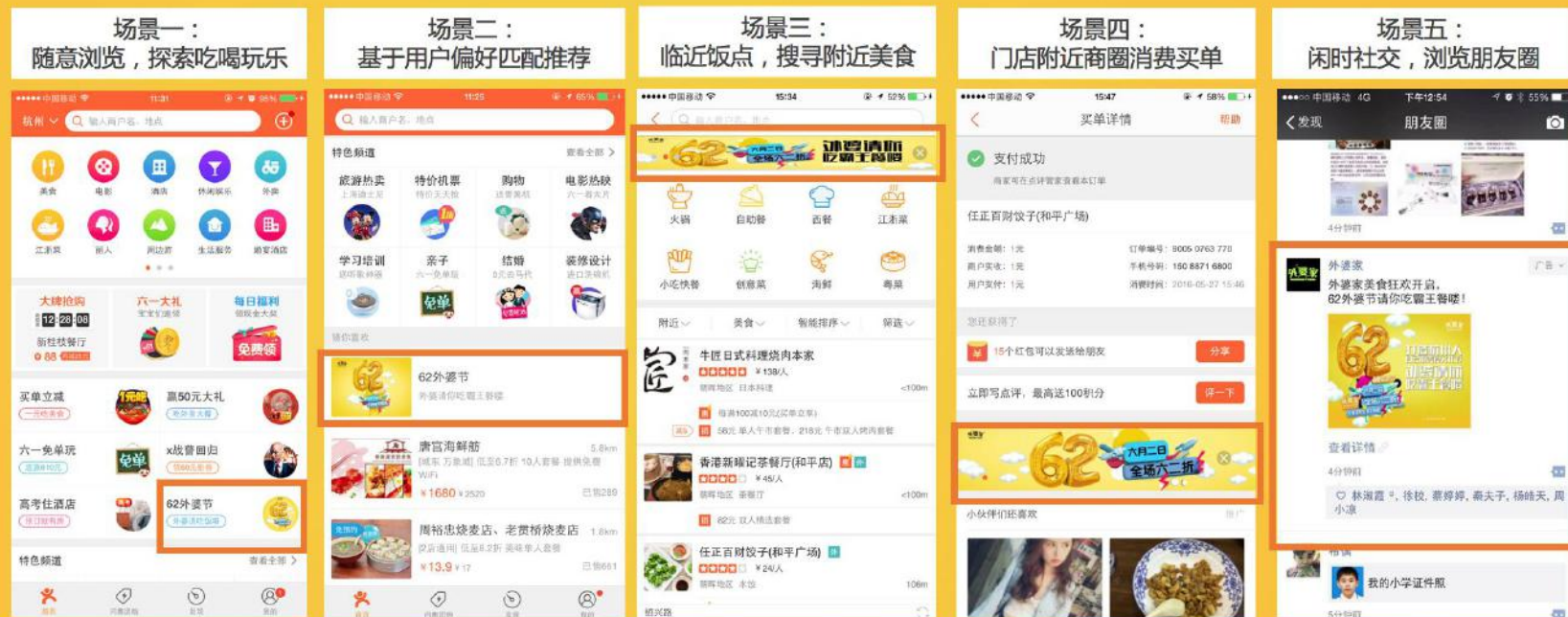
线上推广覆盖多重人群和场景，整合大众点评APP和朋友圈广告等多方优质资源，为“62外婆节”树立广泛节日认知

人群分类定向

- 外婆家忠粉老客
- 杭帮菜爱好者
- 杭州地区活跃吃货

多元场景覆盖

- 搜寻美食场景
- 商圈消费场景
- 闲时社交场景



大众点评APP首页广告位

大众点评APP首页“猜你喜欢”

大众点评APP美食频道顶部通栏

大众点评交易买单成功页

微信朋友圈广告

活动总曝光量达**200W+**，大众点评（消费导向）**点击转化率高**，微信朋友圈（社交导向）**评论分享量大**

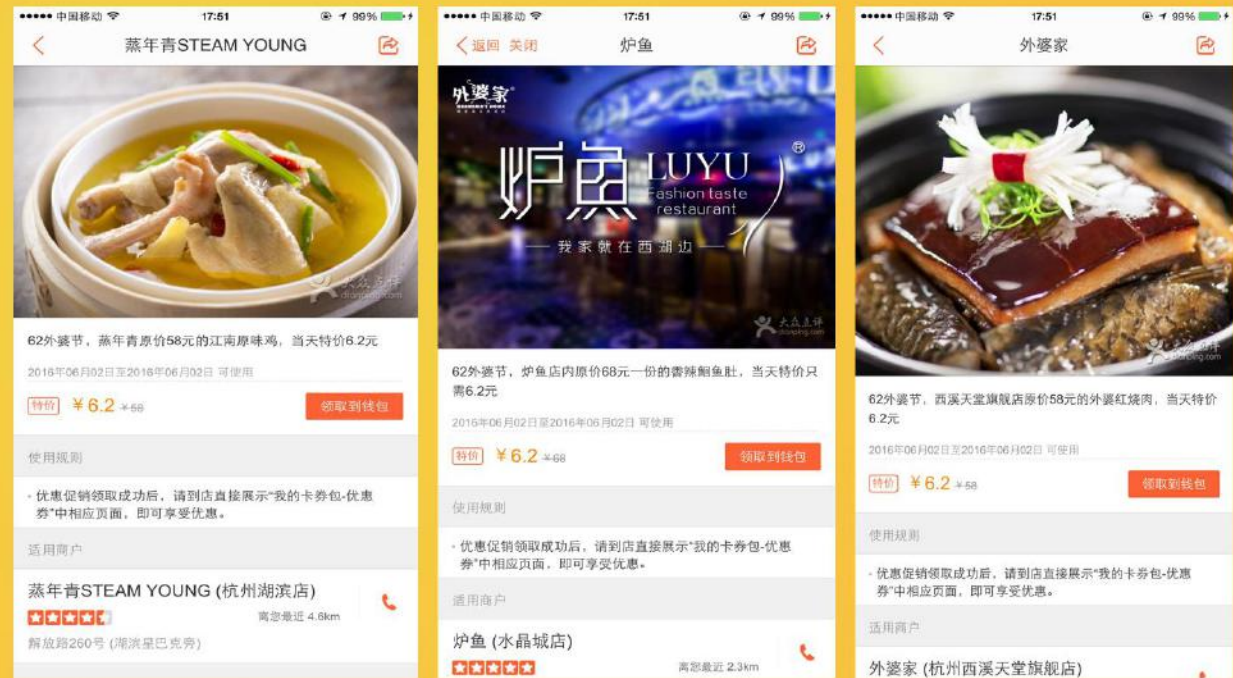
项目执行与媒介

外婆家旗下子品牌全线更换门店首图



外婆家商户主页浏览量飙升3倍

外婆家旗下子品牌联合推出6.2元特惠招牌菜，造势渲染节日气氛



旗下子品牌共派发出1.5W份特价菜品

项目执行与媒介

线上线下载转“62”数字游戏，派发重磅福利，刺激消费热情，引爆节日人气客流



大众点评H5互动抽霸王餐

外婆家微信公众号宣传造势

外婆家全门店发布62折促销券
(大众点评平台)

Online

全城空降620个免单霸王餐名额
全门店发布62折促销优惠



Offline

6.2当天生日顾客免排队
顾客集体笔划“62”手势互动抽奖



树立广泛节日认知

杭州单城市曝光仅一周突破**200W**

外婆家商户主页浏览量飙升**3倍**

成功引发吃货们对“62外婆节”的广泛关注，深化经典杭帮菜的品牌认知

项目结果与反馈



点燃全城狂欢氛围

外婆家的免单霸王餐活动在大众点评一经上线，就受到广大吃货的热烈哄抢

2W+人热抢620个霸王餐名额

旗下子品牌共派发出**1.5W**份特价菜品

外婆家“壕”爽让利**200W**请杭州人民吃饭

“62外婆节”当日，
外婆家门店总计免单**718桌**
约**2.8W**单享受到了节日优惠
共接待了**7.5W+**人次新老顾客
创造了门店人气的空前盛况



引爆门店客流人气