

# 小杨生煎玩性大开 颠覆传统小吃印象

- ◆ 广告主：小杨生煎
- ◆ 所属行业：餐饮
- ◆ 执行时间：2017.06.30-08.14
- ◆ 参选类别：创意类

# 小杨生煎玩性大开 颠覆传统小吃印象



## 营销背景：

小杨生煎作为上海传统著名小吃，为丰富产品线，推出夏季特色新品“黑白生煎”，与互联网餐饮平台美团点评合作，面向强大的吃货消费群体，寻求新品有效曝光推广，借助营销事件，紧贴年轻消费群体，展现品牌创新和活力。

## 营销目标：

- 1、推广新品，增加新品曝光和认知；
- 2、发放优惠券引流到店，达成新品销量转化。

# 洞察



AlphaGo人机大战

黑白生煎与黑白棋子  
强关联



夏日周边游玩热潮

特色小吃+上海景点=  
上海名点



消费大众关注竞技时事、热衷特色出行，  
更愿意参与对抗性高、特色鲜明的事物中。

# 新品颠覆传统 借力联合开玩



## 1 人机大战创意互动玩热点

制造AlphaYang挑事，人格化品牌成功挑衅**23万参与**，将新品融入棋术策略，以井字棋博弈形成趣味互动，从热点全民参议到全民参与，**获1300+万曝光、43%品牌搜索提升**。

## 2 联合周边游场景玩上海名点

借夏日出游高峰，联合周边乐园景点派发**4W张美食券**，将特色小吃和周边景点绑定，打造上海名小吃，活跃品牌影响力。

# 媒介执行

紧扣热点话题线上创意传播，互动元素传递产品特点，派发新品券引流到店

1、开始页面

2、选择棋子/策略

3、开始对决

4、决出胜负

5、胜利领券

6、引流到店



活动参与数：23W 发券量：9W+ 兑奖率：5.75%

# 媒介执行

场景联合，目标群体逐级扩散，精准数据定向高效传播。

## 1、周边游频道潜在人群



联合周边游捆绑发券

## 2、消费过门店/轻餐小吃品类的特定人群



APP首页大曝光强露出



美食频道强引导

## 3、品牌粉丝



品牌形象氛围配合

# 活动结果

## 新品高曝光活跃品牌形象



- ✓ 活动总曝光**1300万+**
- ✓ 活动参与数**23万**
- ✓ 日均品牌搜索较活动前增长**43%**
- ✓ 点评数增长**80%**
- ✓ 商户页浏览增长**76%**

## 优惠券引流转化



- ✓ 总发券量：**13万+**
- ✓ 新品卷兑换：**6000+张**

