

# Godiva引爆一场品牌的淡季逆势狂欢

- ◆ 广告主：Godiva
- ◆ 所属行业：餐饮/食品
- ◆ 执行时间：2016.10.26-11.27
- ◆ 参选类别：效果类

# 案例视频

<https://v.qq.com/x/page/d0539qx6haa.html>



扫码可观看视频



## ● 营销背景及目标：

Godiva希望利用大众点评平台强大的吃货消费场景和消费闭环，促进冬季（淡季）期间**门店冰淇淋销量**，同时增加品牌**公众号会员粉丝关注**。

## 营销挑战



传统淡季门店人流量锐减

冬天是冰淇淋消费的淡季，  
且Godiva冰淇淋售卖单价较高，  
如何掀起产品淡季大规模传播及到店交易  
同时完成品牌粉丝数增长双重KPI！



## 活动策略与创意



## 活动执行内容

线上精准吃货高效转化，线下门店推广联动共振



创意互动H5抽奖

■ H5共发出约**54.5W**张券



每周五福利签到领券

■ 活动期间签到发券约**52W**张



线下门店同步共振

■ 全国线下**91家**门店覆盖



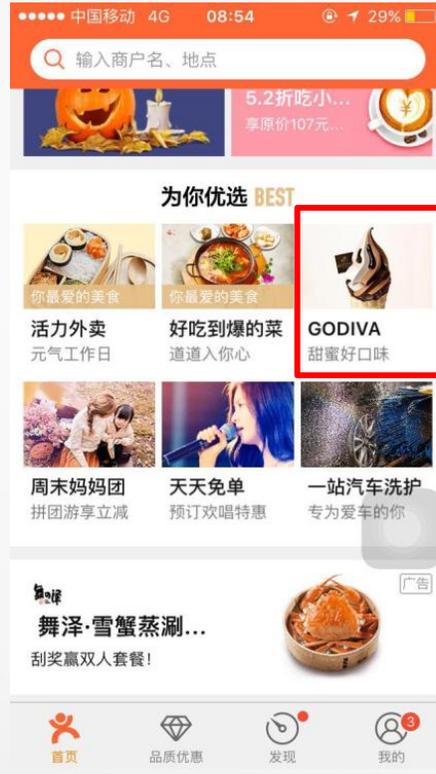
## 活动执行内容

创意互动H5活动 **品牌受众精准狙击**，高效转化活动种子追捧人群

**基于LBS精准人群投放**



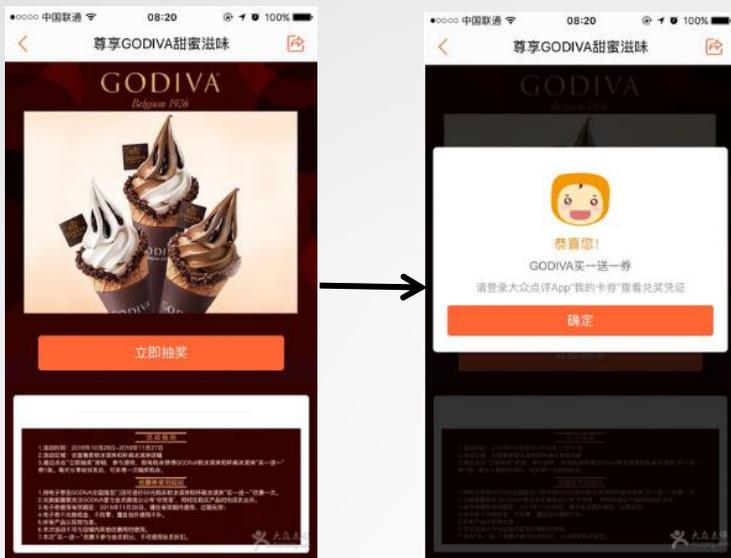
年龄：20-40岁；  
 商圈：门店所在商圈；  
 行为：搜索过Godiva、巧克力等  
 关键字



大数据人群筛选精准推送**兴趣用户**  
 曝光量PV **300W**

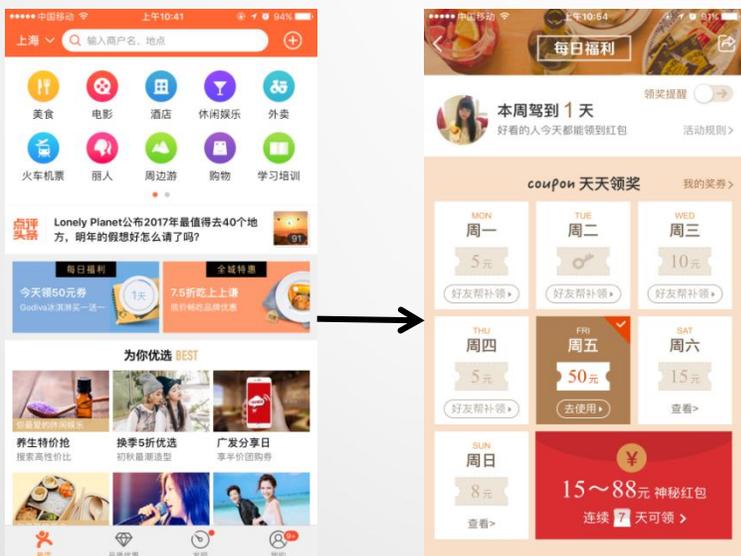
品牌搜索**忠诚粉丝全面锁定** 门店**访问用户全面覆盖**  
 曝光量PV **105.6W** 曝光量PV **36.6W**

# 创意互动H5流程



广告曝光**442W**，专题曝光**49W**，发券约**54.5W**

# 每周五签到领券



广告曝光量**1289W**，发券约**52W**

# 活动执行内容



总计发券约**106.5W**张

# 线下门店



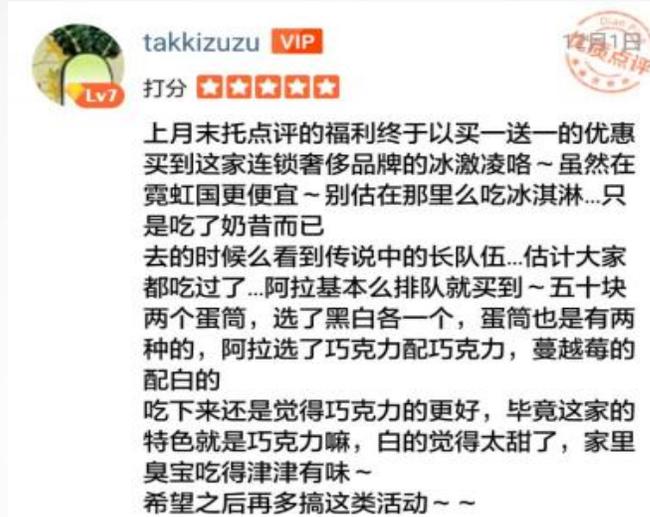
关注**品牌公众号**后兑换奖品



# 活动执行内容



线上领券引流到店



网友自发晒活动点评影响更多人群到店



线下商场火爆排队\\人人手拿 Godiva冰淇淋现象吸引更多人群



线下门店核销到店 10W 余人次



## 活动执行内容

最强吃货聚集地平台营销，  
品牌人群分类精准投放引流，  
线上线下推广联动共振！

### 线上精准狙击高效转化

#### 品牌主题强号召

Godiva，巧克力界的爱马仕。  
买一赠一，分享舌尖甜蜜滋味，  
迎合情侣/闺蜜消费场景，  
同时高性价比撩动吃货神经。

#### 人气口碑引燃狂欢

借势**点评口碑**助力活动传播，  
商场**火爆排队**聚焦关注，  
人气口碑燃动品牌全民狂欢！



## 活动效果总结

### 超预期完成一场品牌的淡季逆势狂欢

#### 一、线上传播火热参与



活动曝光PV达 **1731W**，总计发券约 **106.5W** 张，社交分享参与达 **70%**，超预期发券量 **50%**。

#### 二、线下到店火爆抢占



活动引流线下到店 **10W** 余人，促进品牌会员粉丝数增长近 **10W**。

#### 三、品牌关注升温显著



品牌搜索量较活动前增长 **3.8倍**，门店浏览量较活动前增长 **4.6倍**，沉淀活动口碑 **七千余条**



# ◀ Godiva&大众点评 引爆一场品牌的淡季逆势狂欢 ▶

线上传播火热参与  
 活动曝光V达**1731W**、  
 约**106.5W**张社交分享参与达  
**70%**、  
 超预期发券量**50%**。



coupon 天天领奖		
MON 周一 5元	TUE 周二 5元	WED 周三 10元
THU 周四 5元	FRI 周五 50元	SAT 周六 15元
SUN 周日 8元	15~88元 神秘红包	



线上分类狙击高效转化  
 线下门店覆盖同步共振

线下到店火爆抢占

活动引流线下到店**10W**余人，促进品牌会员粉丝数增长近**10W**。



品牌人气升温显著  
 品牌搜索量较活动前增长**3.8倍**，沉淀活动口碑**七千余条**。



七彩人生sandy VIP

打分 ★★★★★

中了他家买一送一券，赶在最后一个星期去尝鲜。50元/个的价格有些小贵，买一送一顿时感觉划算很多。带着儿子来到环球港购买所谓冰淇淋中的爱马仕。今天人很多，从店里一直排到门外。因为下午赶着去看电影，有点着急。儿子居然知道跑进去询问。

