

从小众买单到大众狂欢 “冠军营销”

- ◆ 广告主：新元素
- ◆ 所属行业：餐饮
- ◆ 执行时间：2017.04.01-06.01
- ◆ 参选类别：媒介整合类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面中观看视频

<https://v.qq.com/x/page/w0550uddpaf.html>

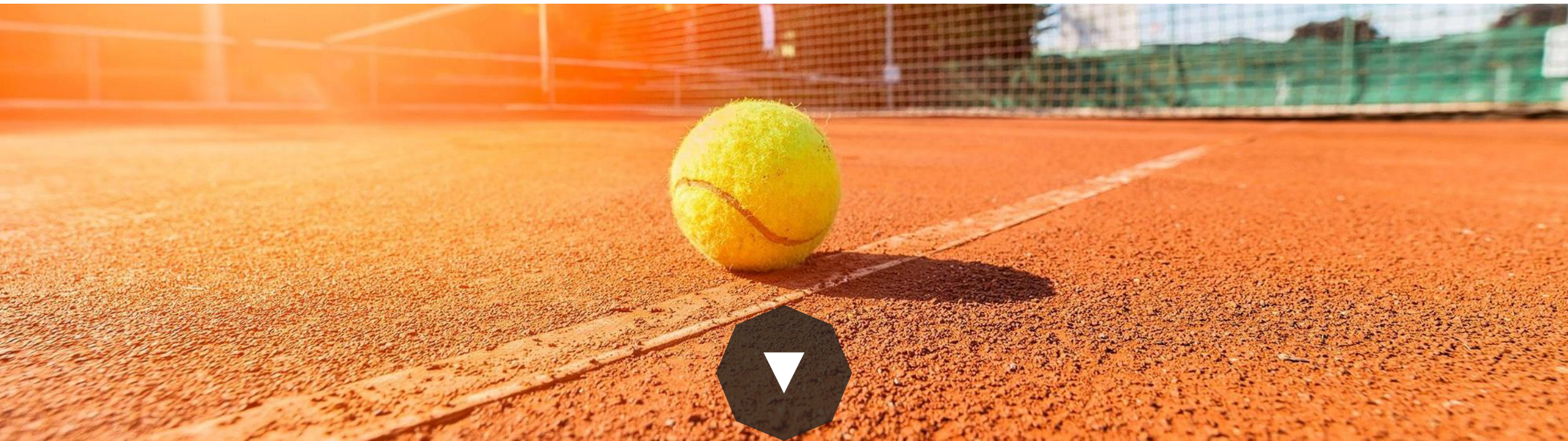
或者扫一扫看视频



ELEGANCE AND LUXURY

营销背景

消费升级下，大众对饮食健康更加看重，作为健康餐饮的领军品牌—新元素，2017年再出大招：携手亚洲网坛大满贯得主--李娜勇闯厨坛，试图携手美团点评平台，在自身影响力与品牌内涵延伸上再上一个台阶。



ELEGANCE AND LUXURY

营销目标

01

在明星跨界满地走的今天，品牌与明星联袂，如何玩出高级感？

02

传播如何不仅在明星FANS,让品牌从小众买单延伸到大众狂欢，让更多人感受到新元素推崇健康生活方式的品牌内涵

03

到店！到店！到店！针对餐饮品牌的万能痛点，如何切实提高到店转化



从小众买单到大众狂欢三部曲

Step1 合作再晋级
从代言到联名餐厅



element fresh®
新元素

LINA 李娜™

CURATED BY LI NA
娜劲食足

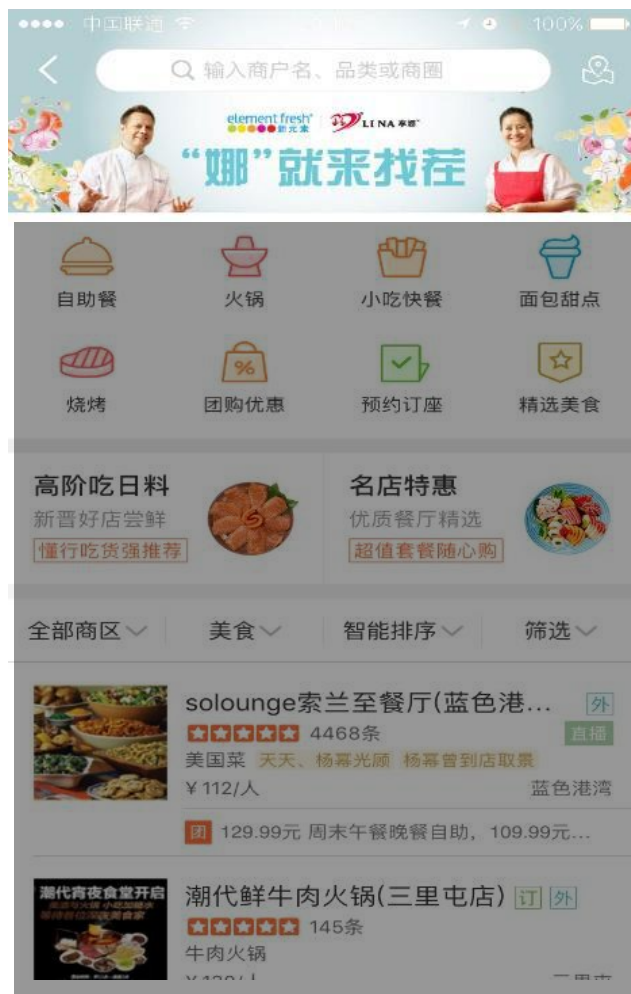
Step2 形式再延伸
热推“娜劲食足”李娜同款 系列菜



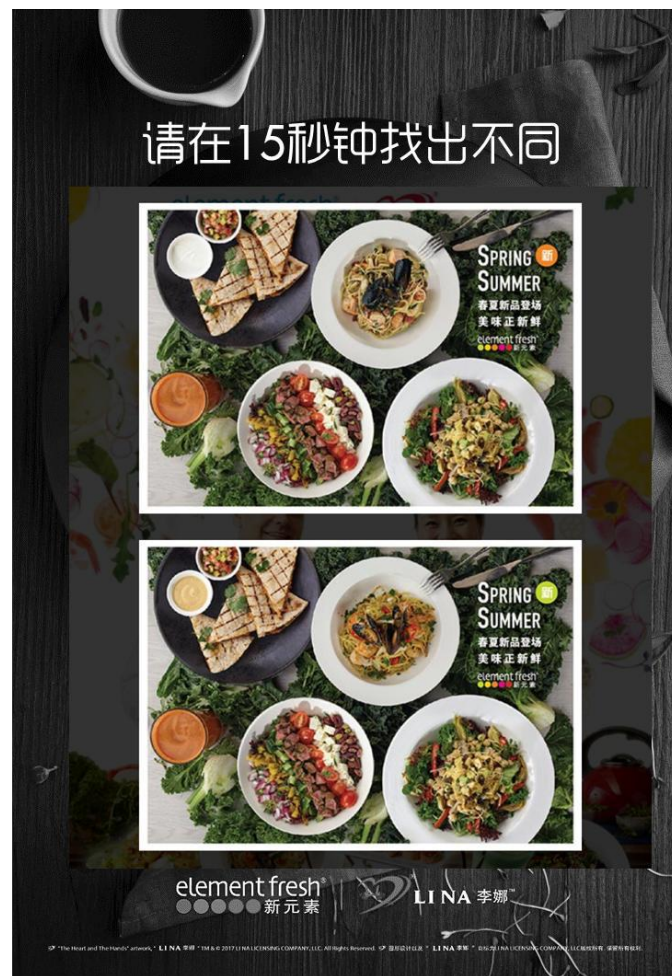
Step3 大v再助推
从FANS应援到大众狂欢



从代言到联名 合作再晋级:借联名餐厅推广，深化品牌内涵，扩大事件的曝光和品牌影响



形式再延伸 热推明星菜：同期对外推出李娜同款“娜劲食足”系列菜，伴随H5轻互动形式，全范围推广



线上招募吃货长老，线下活动应援



招募人群：

运用点评KOL的高号召力，发帖招募点评高星长老



决策领袖：
点评粉丝量上万，吃什么玩什么就看他发什么



点评达人：
产出90%高质量点评，曝光待流量



吃货大v助推 全民种草：内容营销助力事件的发酵，吸引更多关注，破壁小众族群，跻身全民热度狂欢。

点评头条（官方软文）



APP首页--滚动轮播条



品牌门店页--热文报道



星级会员—口碑点评



星级会员—口碑点评

社区金牌写手（UGC）



星级会员—口碑点评



影响力

■ 活动总曝光：50000000PV

参与度

■ 活动参与：3028540次
转发：402680次 转发率：13.3%

点评数

■ 活动消费后留下5星点评，帮助各门店提升口碑宣传。

兑换数

■ 活动总发券8484张，兑换率12.23%，
奖品价值越高兑换率越高