

长图+吃播+一站式评测导购 开启汤城品牌新元年

- ◆ 广告主：汤城小厨
- ◆ 所属行业：餐饮类
- ◆ 执行时间：2019.07.20-08.09
- ◆ 参选类别：电商营销类



以“广州老火靓汤及粤式料理”为主的汤城小厨，经历12载一轮回，2019年品牌升级新定位“慢功夫，真粤菜”，致力于成为品质粤菜的代表着，广式汤文化的传播者。

基于新定位，汤城小厨推出新品大菜单，希望通过经典招牌菜+粤式创新菜，吸引用户关注，传播品牌新定位，并愿意到店体验。



餐饮新宠登台 传统粤菜失宠

2019年餐饮品类细分加剧，港式打边炉、串串签等让火锅龙头风光不减，资本宠儿新茶饮势头正猛，有着百年历史的粤菜，在红火的餐饮市场下，“话语权”渐失，不为年轻人追捧。

品牌升级两大困境



APP大爆炸 传统营销路径失效

短视频、社区电商等APP的快速增长，带动用户决策路径多元化。传统硬广+团购的营销模式，很难吸睛用户，无法满足弱势品牌升级的营销诉求。

品牌升级首战 两大目标

扩大品牌影响力，通过“慢功夫，真粤菜”的定位传达，提升品牌形象口碑。

&

通过新品的传播推广，提升新品点单率，**带动门店营收增长**。

用户洞察



在停不下来的快节奏里，也希望慢享生活

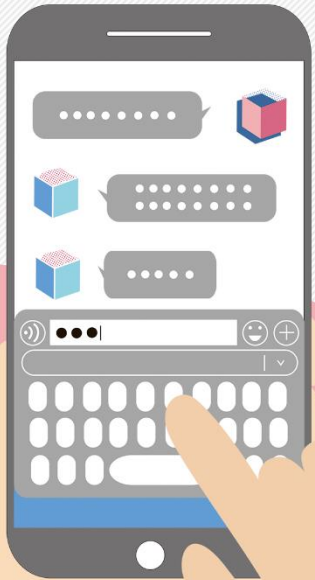
城市快节奏已被讨论了N年，未见降速，反而节奏更快，“大小周”、“996”不断压缩用户时间。在难得的碎片时间，即使时间再短，用户渴望真的“慢”下来，享受生活，犒赏自己。

你播你的广告，我有我的选择

“你播你的，我看我的”，用户已经对硬广免疫。短视频、一镜到底长图、互动H5、KOL IDOL，千人千面的投放用户喜欢的形式内容，才有可能被用户点开并记忆。



产品洞察



跨多平台的用户决策路径，阻碍品牌触达

当用户对一个新品感兴趣时，他的传统路径是上官网查看简介、检索用户评价、搜索菜品优惠等……

用户往往会在多个平台反复跳转，搜索信息，繁琐的“种草”路径，导致多数用户丧失兴趣和动力。



如何为新品打造

“官方介绍+用户评测+促销优惠”一站式新品导购，便捷用户拔草，带动销量，成为重要课题？

长图+吃播+一站式评测导购，开启汤城品牌新元年



老街复古长图，
带你穿越民国“慢体验”广州
创意内容发酵，精准推送粤菜人群



网红尝鲜短视频
圈粉种草外围圈层粉丝
KOL短视频引爆，辐射泛人群



官方宣传+用户评测+优化促销
聚合页产品导购促转化
缩短用户决策路径，加速用户购买行动



快慢有度，用户有意

一镜到底长图文H5，依据平台大数据精准投放粤菜文化爱好者

H5以民国武生小汤为视角，讲述广州老街煲仔西施、鸽王、凉茶无影脚、避风塘喜叔等各色人物的“慢功夫”趣味故事，传递品牌的匠心慢工艺形象。创意长图“慢”故事，传递品牌新定位，派发大菜单尝鲜券，好玩好福利。

长图场景分镜（未完，请见下页）



场景①小汤偷懒被打，晕眩穿越回民国



场景②师娘闻鸡起舞夜煲汤，一汤问鼎武林



场景③“日啖煲仔三小碗”，煲仔西施艳冠广州



场景④鸽王绝活烤乳鸽，从此鸽子活着飞离成传说

长图场景分镜 (接场景④, 请继续查看)



场景⑤十三行内，凉茶无影脚、咕佬厨神、避风塘喜叔，三英比武秀实力，吃瓜群众齐喝彩

场景⑥梦回现代，师傅代言汤城，喜发品牌神券



四大网红吃播视频及GIF，多渠道分发辐射泛人群

利用网红流量号召力，讲述汤城小厨新品大菜单打卡理由，种草路人粉丝，让更多年轻人喜欢上汤城小厨品牌。



传播媒介



①大众点评信息流广告，覆盖潜在用户



②大众点评“朋友圈”，转化线上忠粉



③品牌双微种草品牌忠粉



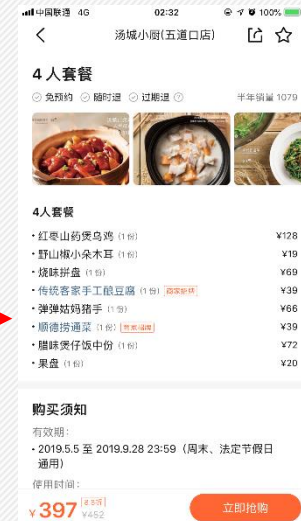
工艺评测优惠一站式导购, 缩短用户决策路径, 提升转化

迭代上线“新品图文简介+用户菜品评价+新品套餐”一站式新品导购模型。让官方宣传+用户口碑推荐+促销在一个页面呈现, 帮助用户在碎片时间, 缩短决策路径, 减少因繁琐信息检索导致的用户流失。

一站式导购产品展示



新品高清图文简介, 讲解品牌工艺

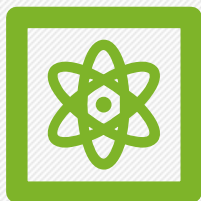


上线新品优惠套餐, 直接拉动用户购买到店

用户用餐评价, 帮助其他用户决策



长图+吃播+一站式评测导购， 开启汤城品牌新元年



活动曝光

活动总曝光量约**400万次**
超**12万人**人次参与游戏
二次分享量高达1.5万次，**分享率超12%**



品牌线上营收

活动发券带来到店人数近1600人，
直接带动线上**营收约50万**流水，
活动期间线上整体营收**环比增长42%**



品牌口碑

活动带动品牌**新增评论数环比增长35%**，
口碑的上扬，带动品牌热度提升，活动期
间品牌**主动搜索量环比增长28%**

营销亮点解析



1+1>2的内容组合

碎片化的阅读环境，需要恰当**场景内容**和**轻的阅读机制**，才能吸引用户的注意力。

创意长图文故事+网红吃播短视频，这两种当下广深年轻人喜欢的内容形式，融合发酵在一起，用好的内容用好玩且轻的机制，帮助品牌圈粉用户。

1+1+1<1的产品组合

快节奏的生活，面对就餐选择，用户难以投入很重的决策，能够帮助用户缩短决策路径，一键搞定多种信息收集，便可转化用户。

上线“**官方宣传+用户评测+优化促销**”聚合页产品，让信息更全，路径更短，更大概率转化用户。

