

招牌菜“鲜”声夺人 云海肴冬日鸡汤大作战

- ◆ 广告主：云海肴云南菜
- ◆ 所属行业：餐饮
- ◆ 执行时间：2018.12.04-12.25
- ◆ 参选类别：内容营销类

位列正餐第一阵营的云海肴，计划在2018年下半年，将经典云南菜品“汽锅鸡”进行“器皿、食材、制法、包装”多维升级，打造成品牌招牌菜。并希望在品牌10周年之际，再次刮起“滇菜风”，从而强化“云南”的地域标签。

但云海肴在2018年上半年，线上流量和生意，都出现了不同程度的下滑，如何借助美团点评这一最大的吃货聚集平台，将汽锅鸡打爆，吸引更多的年轻用户，拉动品牌声量和生意的提升，成为营销活动亟待解决的课题。



鸡汤文化下的营销畅想

在美团点评围绕“鸡汤”和“小鲜肉”文化，进行内容裂变，打响汽锅鸡招牌菜，提升GMV，积累口碑。

云海肴 | YUNNAN CUISINE
云南菜

汽锅鸡
招牌菜
点单率提升

品牌知名度
美誉度提升

品牌线上
生意提升

痛点与思考



如何让用户改变老菜品的固有印象?

- 对于习惯老口味的顾客, 新味道是否能继续抓住味蕾?
- 对于不爱的食客, 如何用新味道新吃法, 改变刻板印象: 味道寡淡、吃法单调、没特色, 唤醒兴趣?

- The Question 1

如何让用户参与并反哺品牌传播?

- 传统餐饮大多是对用户的单向传播, 用户参与度低;
- 凡是推广, 必做促销打折, 简单粗暴, 用户敏感度丧失。

- The Question 2



QUESTIONS



IDEA

鲜

深挖鸡汤文化元素，让用户不断尝鲜。



鸡汤文鲜，吸睛

心灵鸡汤文，虽俗但仍是万千用户的签名必备，鸡汤文易传播。

鲜肉惹人追

颜值小鲜肉言行，往往可以形成网路热议的焦点，让用户追捧。

用户爱尝鲜

鲜美新食材，总能吸引用户的味蕾，让用户点单尝鲜。

Creativity





#我有鸡汤，你有故事#，双平台10城征集励志故事

点评社区+官方微博话题征集，**新鲜内容生产趣吸睛**

美团官方微博发起“鸡汤故事”征集，同时大众点评北上广深等**10城**联动，招募**10W+**吃货粉丝分享励志故事**12000+**个。最后并且通过云海肴官微进行优质故事分享，阅读**12.5W**次。

视频图文沉浸展示，尝鲜券派发

全屏沉浸式图文视频广告展现汽锅鸡的鲜，**+免费尝鲜券，激发食欲刺激到店**

商户二楼+H5推广汽锅鸡视频，讲解汽锅鸡升级的鲜，**曝光489W+**，大众点评全平台派发汽锅鸡尝鲜券**达2W+**，线上营收**增长38.4%**。



#小鲜肉试吃官#，用户代言品牌

平台品牌联动招募+发布小鲜肉代言汽锅鸡“广告”，**鲜肉文化造热点**

+ 云海肴官微招募“小鲜肉试吃官”，大众点评“朋友圈”商户说发布小鲜肉代言广告，超115W食客围观。

营销策略

美团官方微博携手大众点评北上广深等10城社区，发起#我有鸡汤，你有故事# 励志故事征集，吸引粉丝围观参与。并且通过云海肴官微进行优质故事分享，进行传播裂变。

#我有鸡汤，你有故事#
双平台10城征集励志故事

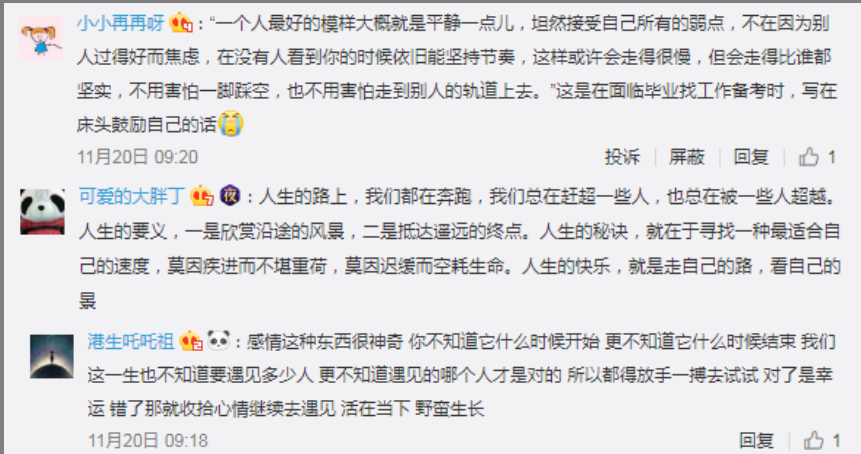




美团  

11月20日 09:00 来自 微博 weibo.com


吃喝玩乐全宠你，爱你不加一滴水。美小团携手好伙伴@云海肴云南菜 为各位吃货小主送来#美团点评暖心福利#——暖冬“心灵鲜鸡汤”。我有鸡汤，你有故事。转评说出困难时曾激励你前行的鸡汤暖文，本月25日随机抽送10位美粉送出不加一滴水的云海肴汽锅鸡套餐。


吃喝玩乐全宠你
爱你不加一滴水



小小再再呀 : “一个人最好的模样大概就是平静一点儿，坦然接受自己所有的弱点，不在因为别人过得好而焦虑，在没有人看到你的时候依旧能坚持节奏，这样或许会走得很慢，但会走得比谁都坚实，不用害怕一脚踩空，也不用害怕走到别人的轨道上去。”这是在面临毕业找工作备考时，写在床头鼓励自己的话 

11月20日 09:20 投诉 | 屏蔽 | 回复 | 1

可爱的大胖子 : 人生的路上，我们都在奔跑，我们总在赶超一些人，也总在被一些人超越。人生的要义，一是欣赏沿途的风景，二是抵达遥远的终点。人生的秘诀，就在于寻找一种最适合自己的速度，莫因疾进而不可收拾，莫因迟缓而空耗生命。人生的快乐，就是走自己的路，看自己的景

港生吒吒祖 : 感情这种东西很神奇 你不知道它什么时候开始 更不知道它什么时候结束 我们这一生也不知道要遇见多少人 更不知道遇见的哪个人才是对的 所以都得放手一搏去试试 对了是幸运 错了那就收拾心情继续去遇见 活在当下 野蛮生长

11月20日 09:18 回复 | 1



分享你的暖心鸡汤
已抽 200元券
大众点评

活动介绍
【活动主题】云海肴送200元券，请你喝鸡汤！
【活动时间】2018.11.19——2018.11.29
【活动部落】吃在北京

立冬已过，瑟瑟发抖的季节真的来了！
你需要鸡汤来温暖你！
现在参与活动，发布话题优质内容，云海肴送200元代金券，请你喝！

活动规则
1、请在手机端 发布优质笔记 / 优质点评（至少3张图片+100字+关联商户），并关联 活动话题 #鸡汤
2、发布优质内容后，请在本帖下方回复相关截图，一个优质内容截图回复一个楼层，以便于统计参与的优质内容数~
3、优质笔记 / 优质点评 要在活动时间内新写的，旧内容不会计入活动抽取资格~

活动话题
请使用 手机端 发布优质笔记 / 优质点评，以便 关联话题~
#鸡汤（点击进入话题）

ivy布布   发表于 2018-11-19 13:32:37
一入点评深似海，薅不完的羊毛，减不下去的肥！

只看该作者  0 回复

摩羯女蕊   发表于 2018-11-19 13:34:40
摩羯女蕊 独家金句：
幸福就是有所为，有所不为，有所寄望~~~
爱生活，爱点评，爱摩羯女蕊的感恩~~~

只看该作者  0 回复



北京社区论坛

打卡领奖励 我的打卡 >

送200元代金券
暖心福利 请你喝鸡汤...

免费赠品 生活研究所 霸王餐

吃在北京 北京玩儿友 京城茶馆 北京抢鲜族

我加入的部落 共9个 > 我的帖子 共275篇 >

编辑精选 我的部落新帖

醉翁之意不在酒，店家之意却在酒。

小吃零食 0 260 26

/斟酌点菜不适合聚会，直接刷遍日料店菜单！

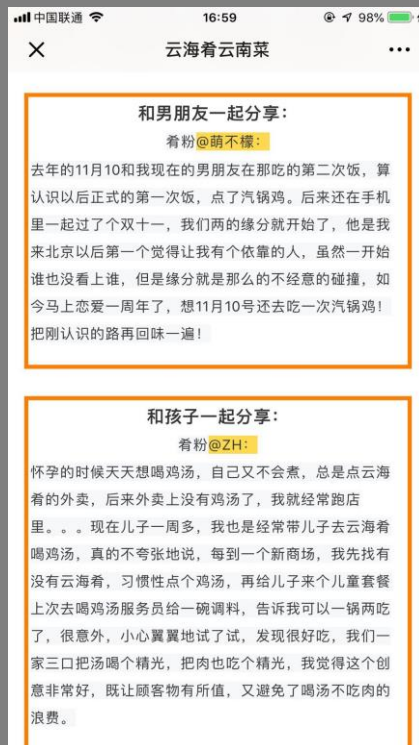
利用小鲜肉社会文化，打造品牌传播热点。大众点评平台联合云海肴招募+发布小鲜肉代言汽锅鸡“广告”，通过用户降低受众防御心理，形成传播裂变。

#小鲜肉试吃官#

用户代言品牌



云海肴官微发起招募



官微传播小鲜肉故事



大众点评“朋友圈”商户说传播鲜肉代言



店内小鲜肉代言海报

汽锅鸡升级工艺**沉浸式视频广告**，通过**商户二楼+H5**进行推广，讲解汽锅鸡升级的鲜同时上线**汽锅鸡招牌套餐**，与派发**汽锅鸡尝鲜券**，吸引用户到店。

视频图文沉浸展示

尝鲜券派发



商家二楼视频



H5派发尝鲜券



招牌汽锅鸡套餐

超高曝光

阻止品牌流量下滑，逆成长
线上活动共获得**489万次**曝光，
约**10W+**粉丝围观鸡汤故事征集
超**12000故事**的完成，让鸡汤温暖寒冬。

同比增幅12%

12月份线上营收 **同比增长38.4%**

超**2W+**尝鲜券发放，
带来流水近340万，
汽锅鸡荣登**推荐菜TOP1**。

超高转化



超多口碑沉淀

12月评论数 **同比增加32%**
单月**新增评论数3666**条。



从群众来到群众中去

直播、短视频、社区电商等，都在转向**用户和品牌的双向互动**，社会化营销重在让用户发声。

云海肴汽锅鸡尝鲜战役，征集用户心声，**让用户的文字和态度成为品牌传播中的元素**，并让**用户代言新品**，给予用户荣誉感，让用户成为品牌传播的重要推动力，将**口碑传播效应最大化**。



碎片化的快节奏时代，降低用户的阅读难度，但不降低阅读感受，成为品牌传播中的重要研究课题。

尝鲜战役采用**高清大图搭配高质量匠心视频**，让用户不用滑动屏幕，便可了解所有品牌信息，**一屏沉浸式体验**，在好感度和兴趣度增长的阅读过程中，直接派发品牌优惠券，大大提到了用户的转化率。

沉浸式 体验消费