

蓝蛙×美团点评夏日汉堡派对活动

广告主：蓝蛙

所属行业：餐饮西餐

执行时间：2018.07.26-08.28

参选类别：移动营销类-展示类

营销背景

蓝蛙从 2003 年开始建立第一家餐厅，主要经营业务为北美风格的西餐，但是面临同品类的竟对多，整体同质化较高的困难，无法让消费者识别出品牌与其他的不同，蓝蛙需要让更多年轻人尝试自己，认识到与其他汉堡等西餐的不同。

蓝蛙的主营产品就是汉堡，那么当汉堡与夏季结合在一起时，我们选取了三款不同的汉堡作为主角，明星产品，当季新品等全部上阵。

营销目标

希望引流美团点评的年轻消费群体尝试蓝蛙，了解蓝蛙的汉堡与其他客户的不同。结合汉堡与夏日的契合点，引爆一波蓝蛙汉堡潮流，助力蓝蛙重新在一二线城市发声。

策略与创意

借用点评平台开屏大流量 lbs 定定位餐厅 3km 推送所有对西餐和汉堡烧烤感兴趣的人群，同时借用信息流精准定向美式汉堡兴趣用户，线上门装修和 banner 针对自有品牌流量用户，以及不同时段不同流量策略，不同日期不同奖券策略，确保发券量和到店核销。

执行过程/媒体表现

1、奖券页面设计和发放时间设置



主要奖品：免费的三款不同的汉堡选一，包含了新品，爆品和不同口味等 共计发放 500 份

夏日芒果大虾沙拉，推荐菜前十，符合夏日海风活动，共计 800 份，两种奖品会第一周发放汉堡，下一周发放沙拉，不断轮换。

还有 19 元兑换汉堡三选一和 49 元兑换汉堡三选一，不限量发放。

2、整体页面的设置



夏日海风气息+文案宣传汉堡免费+主 KV 汉堡大图+趣味老虎机大口开吃+lbs 商户 POI

保证了活动页面用户的参与性，同时游戏不复杂，用户流失较少，领券后可以直接查看最近门店的 POI 页面详情。

3、选择主投放平台和 banner 位及投放政策

根据活动需求和城市定位，选择主要投放平台大众点评，点位开屏，信息流，品牌 POI 页面等，同时美团少量投放美食顶通和首页顶通。



- 1) 开屏定向汉堡，西餐，烧烤人群，信息流定向美式汉堡人群
- 2) 三种文案和两套 banner 图筛选出最优组合
- 3) 门店装修转化品牌自有流量
- 4) 投放范围利用平台优势选择 LBS 定位餐厅 3KM 之内的人群
- 5) 贴合平台流量趋势，分时段投放吸引餐点用户

4、引爆消费者体验和分享

口味：非常好 环境：非常好 服务：非常好 人均：120元

参加点评活动来吃19块买原价88汉堡，顺便还点了烤肉拼盘和鸡肉凯撒色拉，看着很大一份的色拉竟然还是小份，完全预估错了自己的胃口，和男朋友两个人点了四样，基本只吃掉了一半，个个是硬货，下次再去蓝蛙几个人几点几个菜我觉得就差不多了！那个蘑菇牛肉饼汉堡还是很好吃的，只是我习惯吃全熟，肉质会干一些，如果能吃5分的还是建议要5分！烤肉拼盘里面的羊排简直好吃的不得了，满分！

收起评论 ^



2018-08-26 22:04 bluefrog蓝蛙

赞 (3) 回应 (1) 收藏 投诉

口味：非常好 环境：非常好 服务：非常好 人均：0元

抽到了一张19元兑换价值88元汉堡的券，还是很划算的，开心。选了蘑菇+牛肉汉堡，牛肉饼7分熟，还点了百香果茶。汉堡很好吃啊，牛肉饼很香，肉汁还蛮多的，搭配+很棒哈哈，还有芝士，咬一口口感丰富。汉堡很厚，考验吃相啊哈哈。还配了薯条，看上去只有一小罐，吃起来感觉蛮多的。百香果茶味道也很好，冰冰甜甜，爽。环境不错，稍微有点热了。

收起评论

喜欢的菜：香浓蘑菇牛肉汉堡



2018-08-22 17:38 bluefrog蓝蛙

赞 (4) 回应 收藏 投诉

活动为门店带来大量的新用户，同时活动被转发 14562 次。

完成一次品牌和粉丝的夏日狂欢。

营销效果与市场反馈

投放金额 19W，广告主蓝蛙共核销活动奖券 7335 张，直接门店收益 175W，数据来源广告主和平台；

活动期间所有门店新增 UGC3132 条-点评前台；

点评会员新增 14000 人-蓝蛙开店宝后台；

活动共曝光 182W 次-美团点评广告投放后台；

活动 H5 页面共 17W 次浏览-美团点评活动数据页面打点；

活动期间所有门店新增 UGC3132 条-美团点评前台页面。

