

## 大众点评-婚纱摄影欢购节

广告主: 大众点评

所属行业: 互联网

执行时间: 2018.10.19-10.28

参选类别: 程序化购买类

### 营销背景

大众点评是中国领先的本地生活信息及交易平台,也是全球最早建立的独立第三方消费点评网站。10 月份是婚纱摄影的营销高峰期,大众点评推出的“婚纱摄影欢购节”如何在众多交易平台中脱颖而出,实现推广效果的最大化,成为此次营销的关键。美图拥有 3.5 亿月活用户,其中女性用户约 2.8 亿, DMP 人群包 119 个,备婚人群月活约 212 万,与此次大众点评-婚纱摄影欢购节的目标客户高度契合,同时,美图深入人心的拍照功能也与“婚纱摄影欢购节”天然匹配。

### 营销目标

通过婚纱摄影欢购节的精准推广,提高活动知名度与参与度,同时提升“婚纱摄影欢购节”的品牌好感度。

### 策略与创意

两大优惠活动成果吸睛:

通过“0元抽豪华钻戒”和“大牌正品1元抢”活动,紧抓备婚人群的心理,同时利用精美的结婚照画面引导用户进入页面,引发用户共鸣,提升产品曝光度及好感度,完成最终的目标转化。

### 执行过程/媒体表现

10月19号-10月28号,大众点评-婚纱摄影欢购节携手美颜相机,通过开机屏、首页 icon、保存分享页、照片选择页等多个优质资源位,全方位曝光,大大提升活动热度与参与度。



开屏:

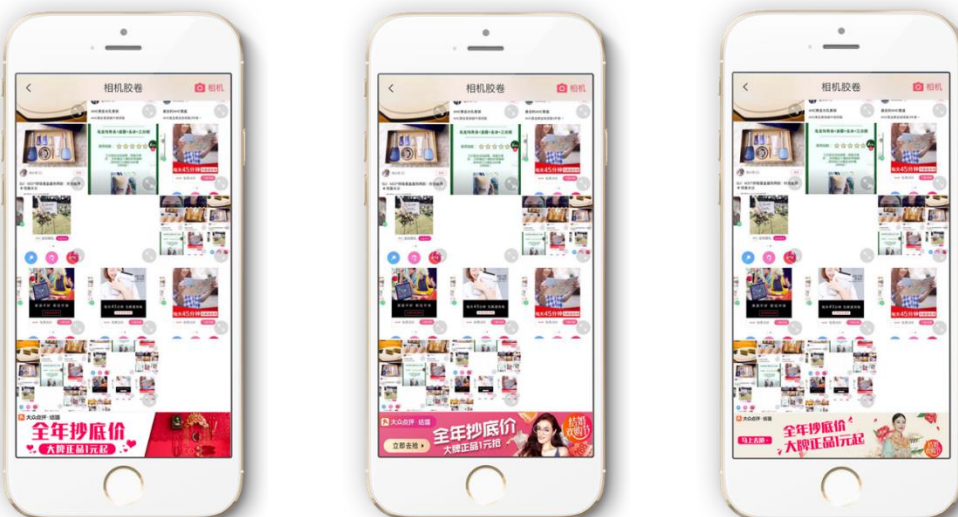
首页 icon:



保存分享页:



照片选择页:



## 营销效果与市场反馈

通过大数据支持和消费者心理洞察，精准影响目标用户，扩大品牌及产品知名度，实现效果推广利益最大化。

结婚欢购节活动数据：总曝光约 7562 万，总点击约 77 万，位居营销合作榜首。