

美团新职人项目

广告主：美团

所属行业：互联网行业

执行时间：2019.09-10

参选类别：移动营销类-互动类

营销背景

美团点评发布了《2019 年生活服务业新职业人群报告》，反映生活服务领域新职业人群的风貌，展现新经济蓬勃发展背景下生活服务业新职业人群的生活状况和工作态度，酒店收益管理师、轰趴管家、密室设计师、宠物摄影师、头皮养护师、外卖规划师、旅拍策划师、植发医生、电竞顾问、stem 创客导师、产后修复师等多个职业成为报告关注的新就业形态。报告发布后，获得了多个权威机构的认可，人社部部长对报告提供相关批示，人民网、人民日报、经济日报等核心媒体进行报道，中国政府网转载关注，新职业成为当下生活服务业就业的生动注解。是第二年做《新职业报告》了，今年的第一阶段传播也已经做完，效果很好，且都是党媒官媒主动传播。第二阶段的传播，希望能面向消费者人群，围绕着“新职业”这一主题，持续不断的产出内容，并且关联到业务。

营销目标

- 1、面向消费者用户，通过传播新职业群（故事、精神面貌、态度等），凸显美团到店平台相关业务，突出美团作为新兴经济体，是孕育新职业的平台认知，体现美团到店的社会价值。
- 2、借势“新职业”IP 打造的传播，形成美团到店的业务闭环营销目标。

策略与创新

核心策略

- 1、在#新职业#中，提出两个与年轻人沟通的概念“最 in 职业”“职业不设限”联名笑果文化、智联招聘，形成新职人就业情况的内容闭环及传播合力。
- 2、围绕休闲娱乐、到餐、丽人医美、家居生活四大品类，令品类展示线下可视化。
- 3、从线下落地方式到传播物料设计均与消费者之间产生关联，形成可被消费者感知的信息传递。

核心创意一：在北京朝阳大悦城举办京城最 IN “新职人介绍所”

围绕“新职业”的类型、案例及数据，制作了一系列话题性物料多渠道全面传播，将数字经济时代的就业新方式展示给年轻受众，提升#新职人#IP 在消费者人群的普及度和知名度，并借此形成对美团业务丰富品类的消费者认知。



核心创意二：#美团新职人不设限人生#演讲主题脱口秀

借近些年大热的脱口秀文化，通过呼兰、张博洋、赵晓卉等脱口秀新生代力量的参与号召，将新职人 IP “不设限” 的人生态度及美团业务的核心信息渗入年轻受众群体。



执行过程/媒体表现

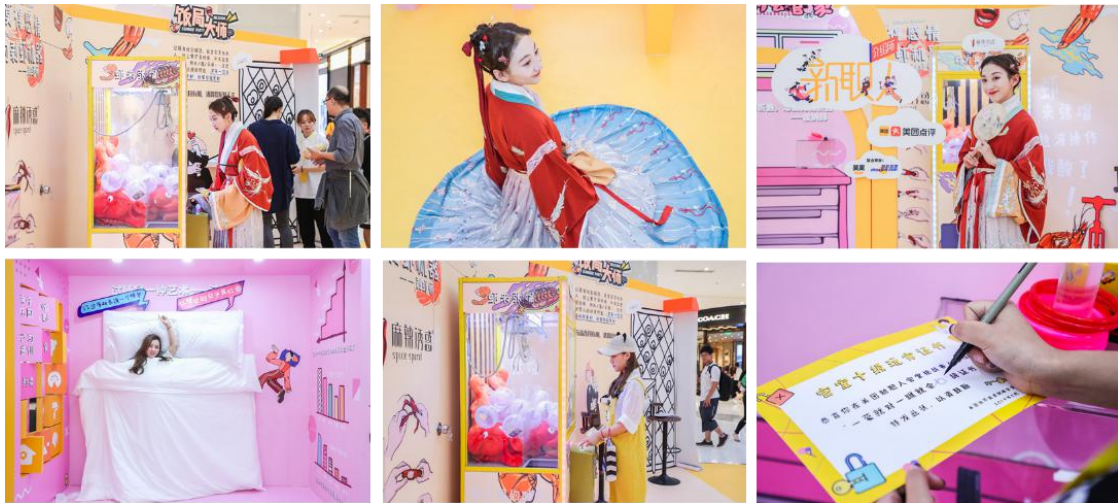
创意一：在北京举办京城最 IN “新职人介绍所”

预热期：线上-脱口秀演员和大老板亲自招聘，吸引大众眼球

活动上线当天，除@美团 @智联招聘等官微发布预热信息外，还联动多名生活地域类微博 KOL 发布 2 组招聘海报，以招聘的形式，将不同的新职人职业包装成四个大的有趣品类，吸引网友注意力，进而了解美团新职人介绍所。



3、汉服 coser 亲临现场，引领新职人新潮流



配合线上传播

1、两支视频引发当代年轻人情感共鸣：“京城最 IN 职介所” 亮点快闪视频，及新“职”口快街采视频，让更多的人关注到新职人和新职业。



2、在今日头条客户端上进行地域定点推送街采视频图文：以“如果人生重来，你会选择什么职业”为话题引发网友围观。



3、围绕视频发起的#最让人羡慕的职业#微博话题讨论。



4、新职业再演绎出圈&拔高，提炼年轻人工作价值观：在线下活动新职人介绍所结束后，根据新职人和新职业策划的《这份工作，足够你任性裸辞》H5，贴和当代年轻人的求职方式和语言，打造趣味性新职业标签，增加年轻人的分享欲，进行裂变分享。



5、新职人介绍所活动也获得了北京电视台《北京您早》栏目的关注。



创意二：#美团新职人不设限人生#演讲主题脱口秀

线下活动

活动现场以新职人主题系列对笑果 FunFactory 内外场进行搭建包装：脱口秀外场设置仿 PC 端、移动端弹幕墙合影框等引导观众打卡，脱口秀内场搭建舞台及大屏幕；并策划#美团新职人不设限人生#演讲主题脱口秀，联合笑果文化打造独特的脱口秀场，深化新职人“不设限”精神内核；脱口秀演员+美团领导同台演出，释放美团业务与宗旨的精准信息，丰富深化新职人 IP 内涵。



线上传播

1、活动当天，在脱口秀开始前发起#新职口快#微博话题，发布脱口秀演员金句海报为#新职人不设限人生#脱口秀活动预热。



2、10月21日，根据现场制作5张金句海报，邀请段子手类微博 KOL 发布金句海报及演员态度海报，借脱口秀头部卡司的热度，用段子吸引粉丝关注，推广新职人及其不设限的人生态度。



3、同时依据脱口秀演员们的现场表演，按照新职人主题剪辑成鬼畜视频，以脱口秀演员和美团之口讲述新职人职业趣事，将新职人 IP “不设限” 的人生态度及美团业务的核心信息渗入年轻受众群体。



营销效果与市场反馈

《新职人介绍所》传播效果

- 1、新职人介绍所上线一周时间，总参与活动人数超 2500 人，超 1800 人领取玩家手册进行深度互动体验，共发放 1500 余次小礼品，获得无数人打卡好评。
- 2、微博话题#最让人羡慕的职业#，话题累计阅读量超过 3343.1 万，讨论量破 9.6 万，话题升至生活记录话题榜前 5。
- 3、微博使用包括大众热门类、北京地域类、生活类等领域 KOL 17 个，覆盖粉丝 1 亿 265 万，总互动量超过 43138+。
- 4、策划制作新职人介绍所街采视频，效果显著。其中秒拍播放量 269 万，互动量超 356+，推送至新浪焦点首页位置，获得 17584+次播放。
- 5、策划制作《这份工作，足够你任性裸辞》H5，以手绘创意形式生成个性海报促成转发，平均总浏览量达 81565+次。
- 6、线上传播阶段，覆盖微博、微信公众平台、视频网站等多渠道投放，全网覆盖，传播新职人介绍所概念及背后的新职业价值观。
- 7、线上传播以招聘海报、笑果人物海报、亮点视频、街采视频、H5 等多种形式的创意素材，经 KOL 重点扩散，吸引粉丝关注转发，引发全网关注。

#美团新职人不设限人生#演讲主题脱口秀

- 1、10 月 18 日，“美团新职人不设限人生”主题脱口秀在上海笑果工厂举行，深度参与活动人数超 500 人。
- 2、线上通过预热海报、金句海报、鬼畜视频、稿件传播等形式，总计形成 300w+曝光，W+互动，辐射粉丝 7278W，在微博发起的#新职口快#话题讨论获得 654.1 万话题阅读量并登上生活记录话题榜前 3。