**焕新计划·菜丁智慧菜市场**

**广 告 主：**菜丁科技

**所属行业：**食品类

**执行时间：**2020.06-07

**参选类别：**效果营销类

**营销背景**

**项目背景：**

2020年疫情爆发，菜场成为众矢之地，线下菜场受到威胁和挑战。消费者也开始进行消费习惯的转变以及对菜场安全的关注，菜场改造等高频词呈现上升等趋势。

**营销挑战：**

生鲜菜场的市场在疫情的背景下已经被其他同类菜场抢占先机，菜丁目前存在在面临核心受众过少的问题。如何增加目标核心受众，在众多品牌信息中脱颖而出是菜丁目前最大的挑战。

**营销目标**

1、**拓展媒体营销：**通过拓展媒介主动寻找消费者群体，抢占用户关注

2、**驱动消费购买：**激发消费者对于菜丁的认同感后下单购买

**策略与创意**

一：策略

以拓展媒介和创意内容生产俩大主题为主要方向，进行品牌的最大化传播。

二：创意

通过综合多平台流量渠道（百度、腾讯、头条、新浪等）去主动寻找目标群体，从而增加获客量，扩大品牌曝光。然后将公域流量转为私域流量，在微信搭建个人公众号并向用户进行菜谱的内容输出，增强用户对菜丁的认同感。

**执行过程/媒体表现**

一：以媒介为载体分发信息，实现品牌的大面积曝光。再将创意内容分发到目标群体，吸引用户的关注，从而吸引公域流量，为私域流量的搭建构建基础。

**1.1信息流广告全渠道实现品牌大面积曝光**



**1.2广告落地页为转化私域流量奠定基础**



**1.3多套创意内容吸引用户关注**

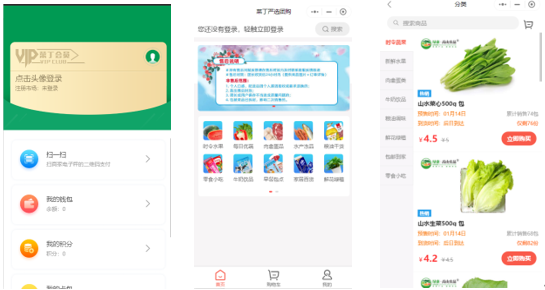


**1.4广告执行细节及模型分析（7个单元，7条程序化创意）**

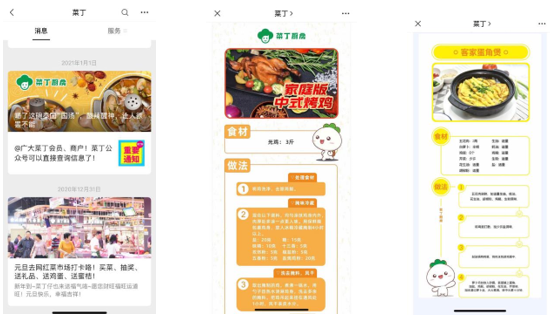


二：将流量引导到微信公众号，并进行全链路营销。通过路径搭建方便用户下单，再以菜丁厨房的内容生产增强用户对于菜丁的认同感，促进转化。

**2.1 链路搭建方便用户下单购买**



**2.2 菜丁厨房定期生产优质教学内容吸引用户**



**营销效果与市场反馈**

全平台曝光量：1000W+

落地页浏览量：18W+

全平台转化数量：2000+