

美团闪购：聚焦年轻人，海天玩梗干饭节

- 品牌名称：海天
- 所属行业：调味品
- 执行时间：2024.08.20-10.31
- 参选类别：跨媒体整合类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

https://v.youku.com/v_show/id_XNjQ1MDM2Mzk1Mg==.html?spm=a2hcb.profile.app.5~5!2~5~5!3~5!2~5~5~A&playMode=pugv

项目背景：

- 随着年轻一代加入烹饪行列，厨房不再是爸妈的专属。年轻人对烹饪的追求综合了更多时尚流行元素，调味品不仅要品质好，还要“玩的花”，能和**年轻人**打成一片的调味品，才会成为他们做饭的选择。如何向这些新晋“**干饭人**”展现符合他们期望的产品，如何与他们建立深厚关系，对调味品行业来说已成为一项重要课题。
- 作为行业的领头羊，海天味业为了打破调味品行业的传统刻板形象，近几年不断深入研究年轻消费者的口味偏好和烹饪趋势，结合各流行渠道长期打造品牌专属IP——**海天干饭节**。



通过打造品牌专属的长期IP干饭节，构建调味品品牌有趣活泼新形象，吸引年轻消费者的目光。

营销目标：

- 助力品牌深度融入**年轻人群**的买菜做饭场景，强化场景渗透与情感链接
- 助力引流美团闪购侧，拉动GMV提升



文化结合

通过**赞助脱口秀节目**《脱口秀和ta的朋友们》，结合**年轻文化**和**玩梗文化**，提升品牌形象的生动性和亲切感。



跨场景营销

与美团合作，利用即时零售平台特点，在9-10月深耕**买菜做饭场景**，同时通过跨场景营销策略，借势中秋节点将调味品营销扩展到出行、旅游等多元化生活场景中。



互动营销

在微博平台发起“**蚝油梗挑战赛**”，抖音小红书种草“蚝油梗”的干饭节，海量KOL和素人入局共创梗，激发全民参与，提升消费者互动乐趣，增强消费者粘性。



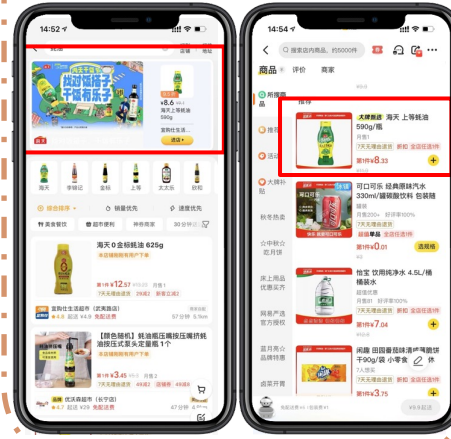
创新体验

与美团共创**猜梗赢好礼和免单活动**，提升消费者体验，增强老客户忠诚度，吸引新客户。



流量转化

利用专属口令词“**海天蚝油梗**”和RTB工具，精准引流和转化，形成从品牌认知到销售的闭环。



本次活动通过“海天蚝油梗”展开美团站内外传播矩阵，形成全域种草，强化传播势能。

1、全域种草，品牌曝光最大化

赞助脱口秀节目，将1kg蚝油产品与年轻玩梗文化结合，并借由跑马灯、创意中插、前贴片等优质广告位，大量引流美团闪购，引导消费者心动即得。



海天邀请毛豆担任黄豆品质见证官，通过创意视频为美团×海天干饭节背书，并在多平台发布形成传播矩阵。

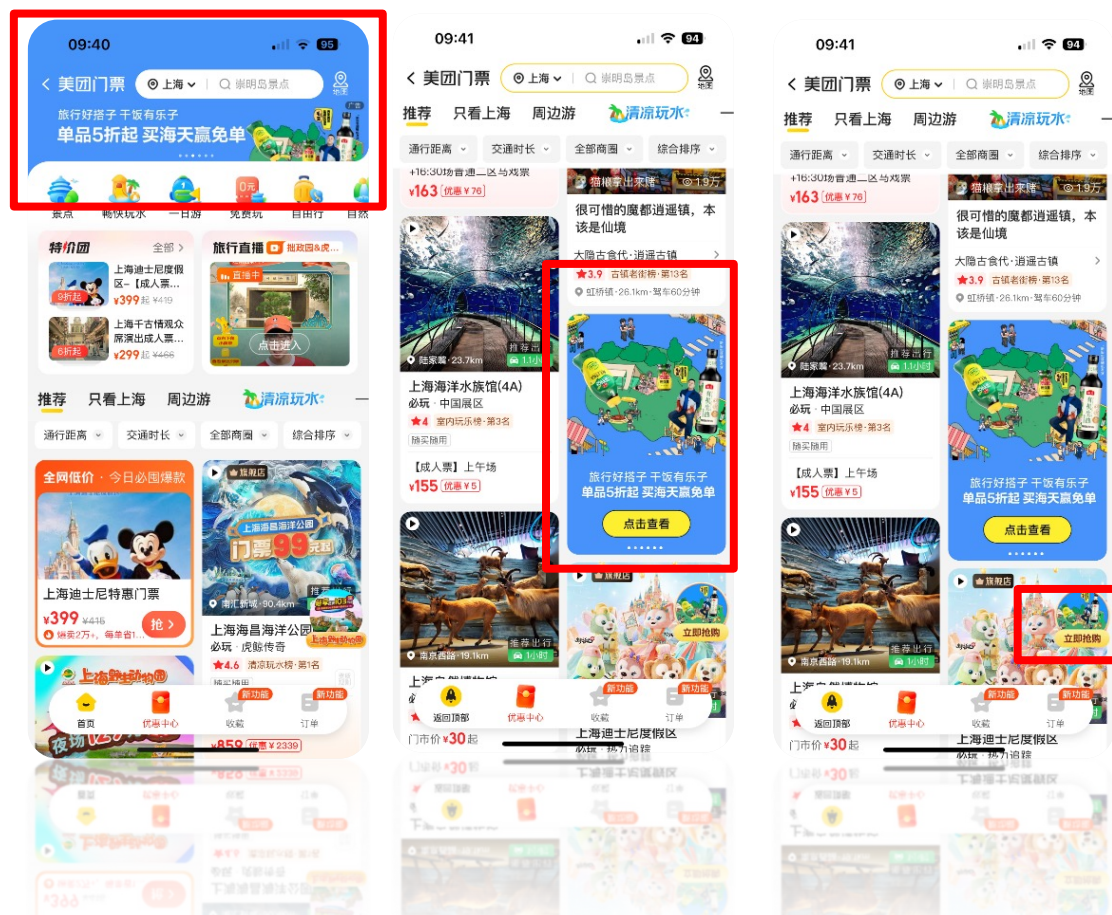


微博发起“蚝油梗挑战赛”，抖音、小红书种草“蚝油梗”的干饭节，海量KOL和素人入局共同创梗，美团送“梗”，品牌曝光最大化。



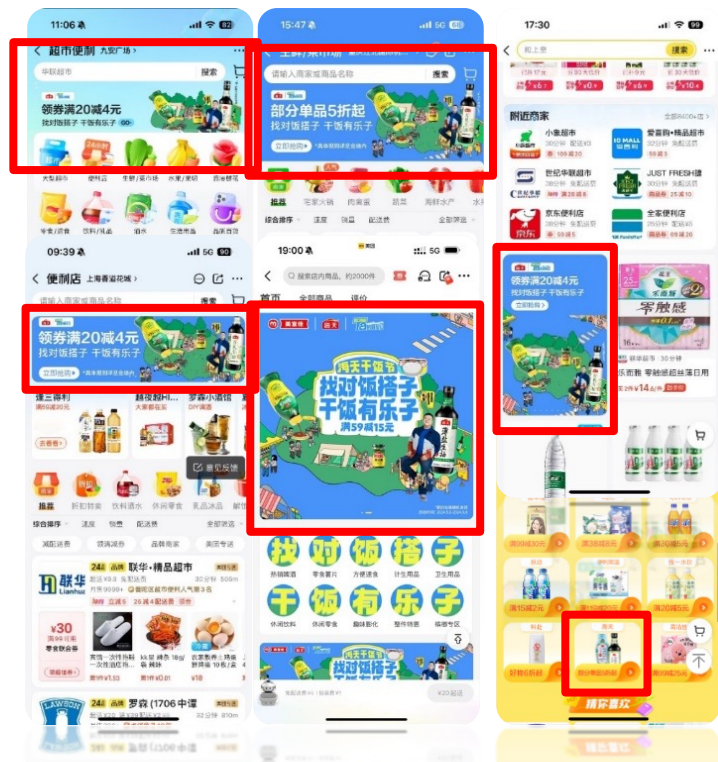
2、跨场景营销，借势中秋人群拓圈

联动美团景点门票生态打造“旅行找对饭搭子，干饭也能有乐子”主题，借势节假日出行场景流量高峰，实现跨场景种草干饭节，并对闪购站内带来更多年轻新客。



3、站内资源整合，转化最大化

通过专属口令词“海天蚝油梗”，海天将站外流量引流至美团闪购落地页，实现品牌认知到销售转化的无缝衔接，并借助RTB工具精准圈选目标受众，最大化流量转化效率。



通过“猜梗赢好礼”和免单活动，增强消费者互动，深化情感连接，同时拓展新客户群体，提升品牌忠诚度。





美团TTL 6亿+总曝光



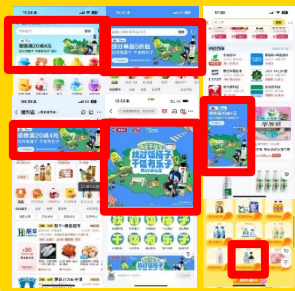
猜梗赢好礼 下单赢免单

整合品牌会场、免单机制等营销资源全面赋能，承接站内外流量，高效助力海天品牌生意蓬勃增长，实现品牌GMV大幅提升及新客增长**超越行业均值**。



闪购丰富资源位 亿级曝光

- 1、海天GMV 同比增长**14%**;
- 2、日均交易用户数同比增长**37%**;
- 3、新客数同比增长**28%**, 老客数同比增长**49%**;
- 4、买菜做饭场景交易用户同比增长**34%**, 都市中产人群同比增长**26%**, 小镇青年人群同比增长**29%**



景点门票频道 引流美团闪购

- 1、海天味业全线产品2024年9月原价GMV增长规模全国**YOY+11%**;
- 2.活动期间品牌人群资产MOM**+52%**, 超越行业平均水平。
- 3、精致妈妈新客增速**YOY+38%**, 对比行业均值领先**3pp**。

