

炫迈 × 美团 为夜宵加点「状态BUFF」

- **品牌名称：**炫迈
- **所属行业：**食品/饮料类
- **执行时间：**2024.08.10-08.31
- **参选类别：**场景营销类

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

<http://t.cn/A61TDsnU>

背景&挑战&目标

电子竞技 “热”

中国泛电竞**用户规模**连年增长
2024年已达**4.9亿**

电竞玩家以年轻**男性**为主
男性用户占比**68.3%**

年轻化是电竞市场的主要特征
24岁及以下用户占比**近半**

赛道入局 “爆”

从耐消汽车到快消日化
电竞赛道越来越受青睐
奔驰、领克、广汽传祺、
Nike、罗技、战马...

抓住了电竞
就抓住了中国市场
绝大数年轻人群

炫迈耕植 “深”

自2019年
深度合作电竞内容开始
至2024年
成为LPL特约合作伙伴
炫迈一直在发力深耕电竞内容

持续围绕
“玩游戏嚼炫迈”
进行品牌信息输出



挑战——

- 1.如何**更深度地建联电竞**，在竞争激烈的口香糖销售旺季(8月)，汲取游戏人群增量，为炫迈**赚新客**？
- 2.如何**更精准地定位夜宵场景**下游戏人群需求，洞悉消费者情感，实现炫迈夜宵场景的渗透，甚至打爆？



目标——

- 1.以电竞内容为载体，传递炫迈**“始终与当代广大年轻人同频，玩乐在一起”** 的讯号！
- 2.携手美团平台，于高速增长的O2O赛道，继续夯实“玩电竞-炫迈”心智，助品牌拉新&销售，**实现夜宵场景高覆盖**，GMV冲刺历史/年度峰值，**同比+37%**

策略&创意

Step1.

深度聚焦电竞大人群，探索“游戏语境”下的精准内容表达

①
目标TA属性洞察电竞玩家们的**三大属性**关键词**慕强**菜是原罪
战绩高于一切**爱节奏**喜欢看游戏直播、跟节奏
追求即时反馈**重BUFF**游戏内外，追求增益、
通过嚼口香糖、补充电解质，调节紧张心理，让游戏操作更6更顺手电竞玩家们的**行为偏好**关键词

看直播

注重开黑
状态**嚼口香糖**

追求即刻享受

带节奏

在乎手感

疯狂争补BUFF



②炫迈品牌赋能用户

场内场外,电竞最需【好状态】加持,而炫迈能够为玩家提供所需支持



产品属性:

持久清爽、耐嚼维持专注
具有一定情绪辅助效果
【耐嚼又解压】

赋能玩家:

缓解对战焦虑
维系精神力与手感
【开启好状态】

③选高流量平台, 广阔用户池

美团——

迎合玩家“爽感即时获得”需求
助玩家【快速】获取好状态
让游戏时光爽感加速更加倍

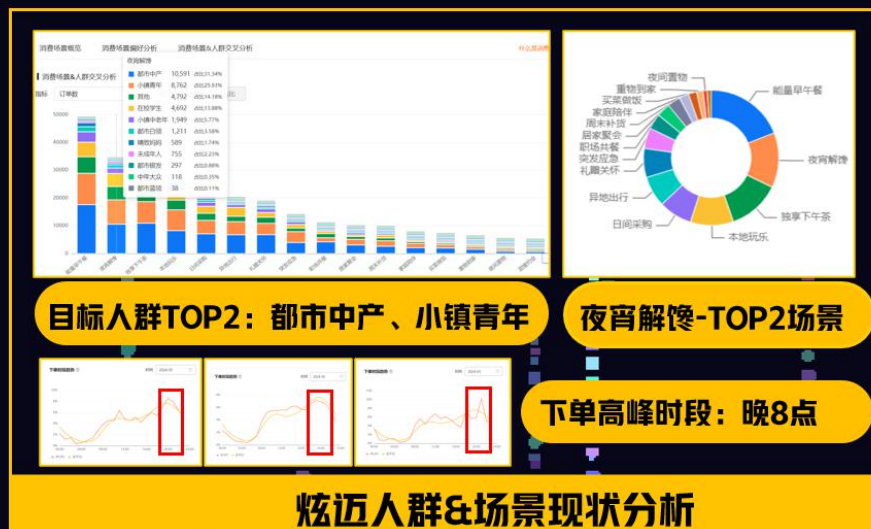


Step2.

洞悉游戏人群的场景特点，实现共鸣性创意沟通

“击穿人群&渗透夜宵场景”

①
发现夜间场景下的
“高频娱乐时刻”



夜间观赛时刻

熬夜观赛状态小倦？
炫迈助力玩家
精神更「燃」
看个过瘾



餐后开团时刻

餐后开黑状态慵懒？
炫迈加速玩家
沉浸迎战
神「稳」制胜



布局电竞用户两大高频时刻
完成人群精准抓取与场景渗透

②针对电竞用户，创建夜宵场景下的有效沟通链路

“打造好状态获取链路”



上美团外卖买炫迈，极速GET巅峰状态，开黑自带BUFF!

③IDEA

炫迈 x 电竞内容 x 美团

炫迈不停, BUFF不断

赛场内外, 炫迈BUFF加持, 状态在线, 精彩连连

④Slogan

想玩就玩极速开启团战/打开美团APP

极速开团,清爽开炫

炫出最佳状态:回神调整/精力重燃/手感跟上

炫迈状态BUFF, 美团最快30min极速送达, Carry救场美味开炫
让每一局对战都能状态全开, 炫出高光时刻, 炫出最强的自己

Step3.

以圈层KOL营销入侵TA游戏领域，以共创内容席卷TA社交场域

有梗内容共创
实现夜宵场景&新客双转化

2大
顶级赛事
炫出终极曝光



+



(电竞届的世界杯)

2类
赛事定制
炫出赛场高光

LPL:黄金1分钟
口播+视觉植入

CFPL:炫迈TVC
搜索框植入

1名
重磅嘉宾
炫出梗味营销

管泽元



官方赛事
主持人
高知名度
电竞达人
全网粉丝破千万
电竞赛场梗王本王

1条
共鸣视频
炫出趣味共鸣

SocialVideo

管泽元
X
炫迈
X
美团

1场
共创直播
炫出共赢之力

电竞
管泽元
空降
神枪手直播间
直播带货

1种
神仙周边
炫出高强互动

价值
15299
电竞玩家心中
梦中情卡
4090显卡

创新执行

1.瞄准游戏垂媒“夜间黄金时段”精准触达受众

①线上: 以8月夜间顶流电竞赛为抓手, 于电竞圈强势刷脸LPL(英雄联盟职业联赛)--管泽元决赛解说日, **C位口播定制**, 配合视觉Banner, 实现夜间观赛场景强绑定CFPL(穿越火线职业联盟电视联赛)--**炫迈摆台全程展示**;直播关键时刻**掉落定制TVC**

②线下: **美团小哥空降** LPL-世界赛资格赛现场, 黄色闪电引围观



CFPL赛事期间
美团搜索摆台展示
TVC尾板-搜索框展示

2.圈层明星&KOL&官媒，携手达成社媒内容传播与种草

①聚焦场景，曾泽元出镜“竞味” TVC

借玩家共鸣游戏梗--不控BUFF队友崩溃，引出美团为失去游戏状态的玩家，送上炫迈口香糖BUFF，助其找回最优状态，BUFF拿不停！

“卧底打野VS管理学 炫迈助力BUFF拿不停”



点击链接观看：
XXX

BUFF 根本停不下来

2.圈层明星&KOL&官媒，携手达成社媒内容传播与种草

②多方社媒合力助阵，线下LCD大屏同步助推

管泽元个人微博、炫迈官方微博、美团外卖视频号、10位达人矩阵共同宣推

广州、深圳等一线城市精准投放LCD，实现千万触达



3.美团站内亿级曝光，引发高强“新客”转化

①美团-炫迈“超级品牌日”主会场，神仙奖品引发互动引流

(万千游戏玩家最想拥有的电竞装备——4090显卡)神仙电竞周边无门槛抽取

配合高能产品优惠，提升了外围流量及生意增长



美团站内近亿级曝光
活动效果火爆

3.美团站内亿级曝光，引发高强“新客”转化

②管泽元夜晚空降直播间宠粉，为炫迈拉好感促转化

管泽元直播期间，不仅借由“奥运热点”分享了运动赛场嚼口香糖的趣事

强化了夜间炫迈食用场景，更通过专属福利，通过直播实时带动了销售



**管泽元空降
美团直播间
奥运热点直播开聊
梗味带货**

数据总览

GMV

8.23-8.28活动期间

环比增长
48.3%同比增长
47.6%

新客

8.23-8.28活动期间

环比增长
57.9%同比增长
57.1%

夜宵场景渗透

8月期间

订单同比增
25.9%用户同比增
25.3%销售同比增
25.4%

视频播放

微博单平台

1437W+

社交互动

微博单平台

11.6W+

LCD触达

精准投放一线城市

人群触达
1518W+

神枪手直播

30min

炫迈品牌时刻场观
80W+神枪手社群曝光人次
24W+

超新Pro硬广资源

美团站内

资源曝光
9853W+资源点击
328W+