

美团闪购：必品阁品牌焕新IMC传播活动

- **品牌名称：**必品阁
- **所属行业：**食品/饮料类
- **执行时间：**2024.11.22日-12.01
- **参选类别：**跨媒体整合类



必品阁的新BI在中国上线



品牌
焕新



借必品阁新BI上线契机
塑造品牌在中国市场形象

通过新BI的焕新契机强化品牌
与中国消费者的链接



强化
沟通



巩固品牌现有消费人群
强化与TA的情感共鸣

扩大必品阁在中国市场的认知



关注
尝试



增强品牌本土差异化
吸引中国消费者关注并尝试必品阁

•营销目标•

1

视觉焕新

全方位呈现全新LOGO
加深受众印象

2

定位焕新

贴近国内本土化市场
走进大众生活

3

主张焕新

传递即时团聚
快乐分享的生活主张

•活动主题•



大口食光 乐享生活新滋味



料足易烹



口味丰富



品类多样



好吃多一点
生活好一点

好吃好生活

美味的必品阁产品可以让大众获得大快朵颐的满足感
同时通过必品阁logo焕新连接大众凝聚彼此，传递即时团聚、快乐分享的生活主张
让大众生活的“美食”每刻，因分享更加美好，更加有滋有味！



**朋友/家庭聚餐
举杯欢聚共享美食**



**日常工作繁忙
三餐更依赖外卖**

以四大场景为沟通桥梁与策略重点



**下厨没有把握/灵感
网上看简易/创意食谱**



**闲暇下厨时间
倾向外卖买菜到家**

线上：基于场景打造内容+投放策略，双管齐下

-内容策略-

以**场景化创意内容**为沟通核心
进行消费者心智教育

-投放策略-

根据**平台特性与用户行为习惯**
多点位触达消费者

线下：打造主题快闪活动，完善从关注-尝试-购买链路



趣味互动



体验购买

•整体策略•

聚焦三大焕新，以场景化沟通为策略重点，打造线上内容投放策略+线下快闪活动



朋友/家庭聚餐



工作繁忙



下厨搜索菜谱



外卖买菜到家

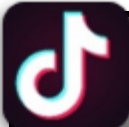
线上

内容策略

投放策略

1

品牌主题系列视频

围绕传播主题绑定三大场景
连接受众引发情感共鸣

抖音信息流广告

高曝光、强引流的传播平台
完成效果转化

- 精准目标人群定向灌输品牌理念
- 引流产品购买页面实现销售转化

2

达人传播种草规划

KOL发起话题挑战，中腰部+KOC积极
响应话题挑战打造话题热度

小红书

小红书达人推广

强种草，重口碑的传播平台
实现口碑沉淀

- 针对目标人群制定选人策略
- 深耕产品口碑深化品牌形象

3

即时零售主题曝光

聚焦聚会社交场景需求
打造主题场景落地页

美团

美团平台资源曝光

高流量、高效率的下单平台
满足即时需求

- 进军美团闪购平台
- 以产品曝光带动用户下单

4

线下主题快闪活动

落地一线城市打造主题活动 实现从体验到购买的转化

线下

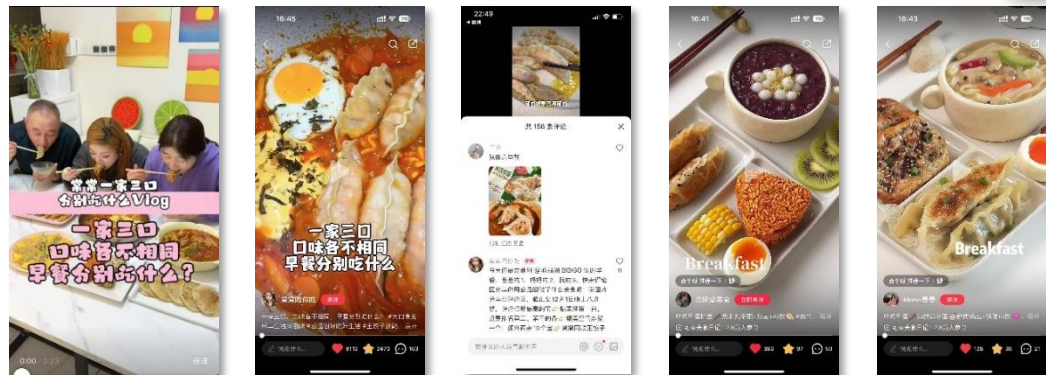
活动创意亮点



结合日常场景打造主题系列视频，传递品牌焕新理念
同步投放抖音平台引流官方店铺，达到曝光+促销双重效果



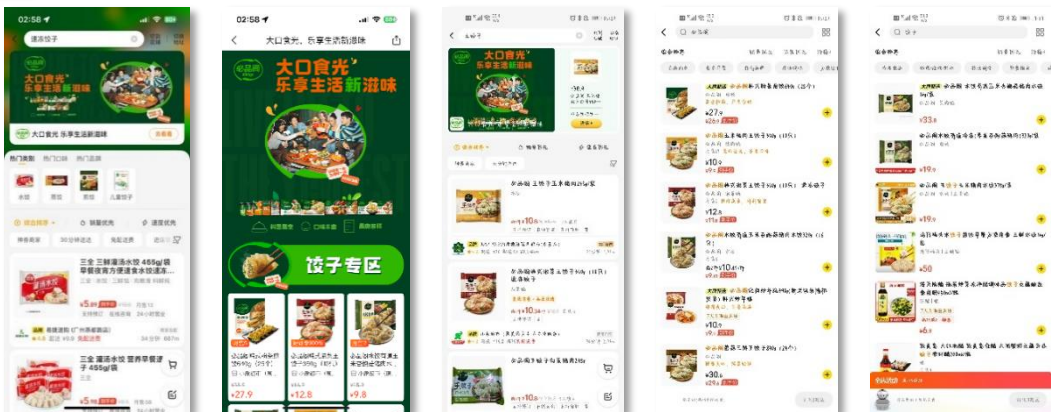
头部美食达人发起创意内容+话题挑战赛，激发参与热度
中腰部及素人多品类+多场景软植种草，触达更多受众



整合四大端口，实现线上线下全域覆盖营销



入驻美团闪购即时零售平台，开拓品牌营销新窗口
同步进行精准营销投放，曝光新视觉，带动销售新增量



在广州核心热门商圈举办线下快闪活动
推动受众从了解、体验到购买的转化，焕新品牌印象



抖音视频投放

前期打造必品阁主题系列视频，引起受众共鸣，传递焕新理念

生动演绎“畅快欢聚”“半夜解馋”“加班续能”三大日常场景
开篇随着全新必品阁logo出现，人物及场景走向均发生明显变化
各式各样的必品阁美食成为当下连接人物情感的重要因素
ta们因为美食欢聚一堂，分享当下的“美食”每刻

<畅快欢聚篇>

[必品阁BIBIGO官方旗舰店的抖音 - 抖音](#)



<半夜解馋篇>

[必品阁BIBIGO官方旗舰店的抖音 - 抖音](#)



<加班续能篇>

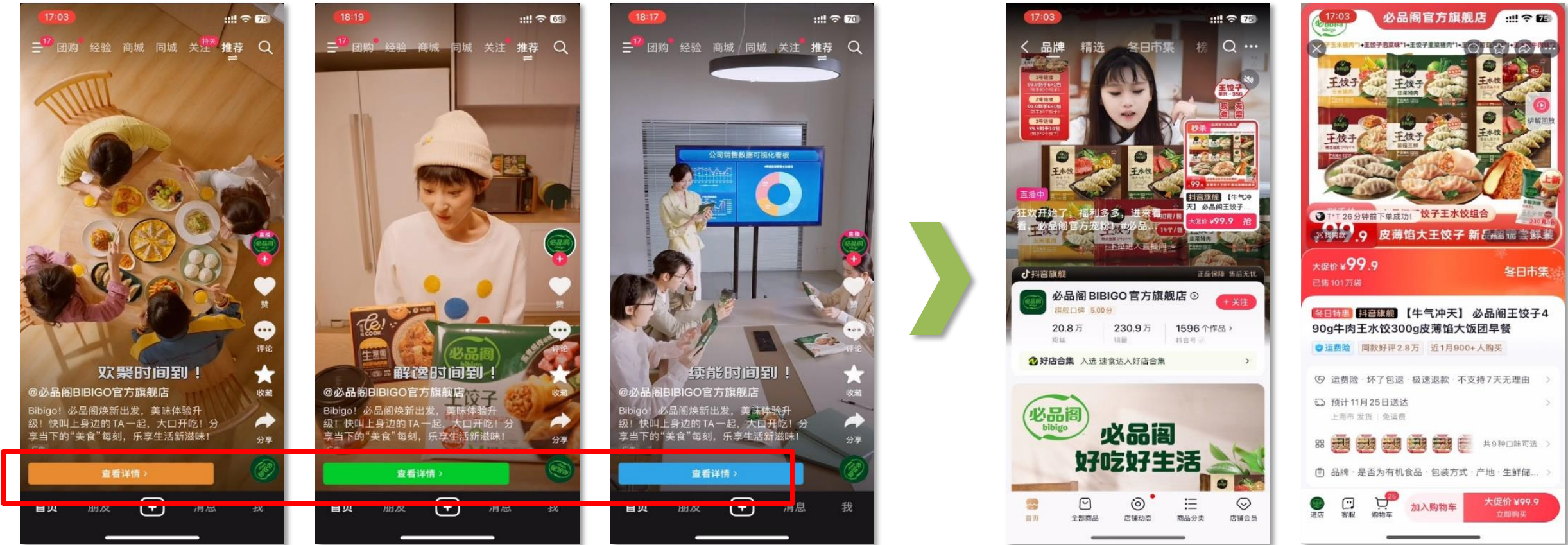
[必品阁BIBIGO官方旗舰店的抖音 - 抖音](#)



抖音视频投放

后期借抖音高流量平台增强品牌焕新曝光，同步引流官店促转化

-单页信息流广告-

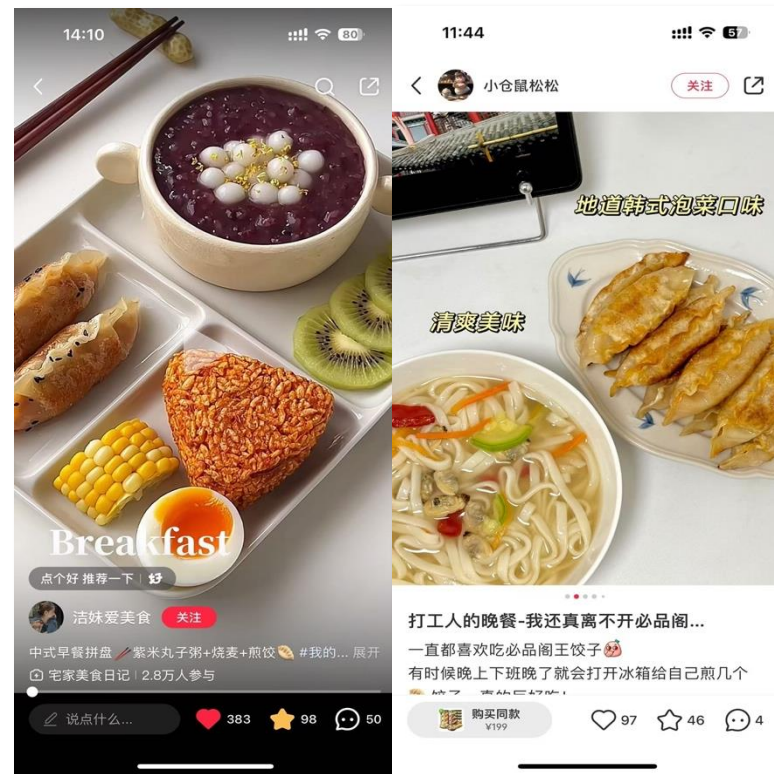
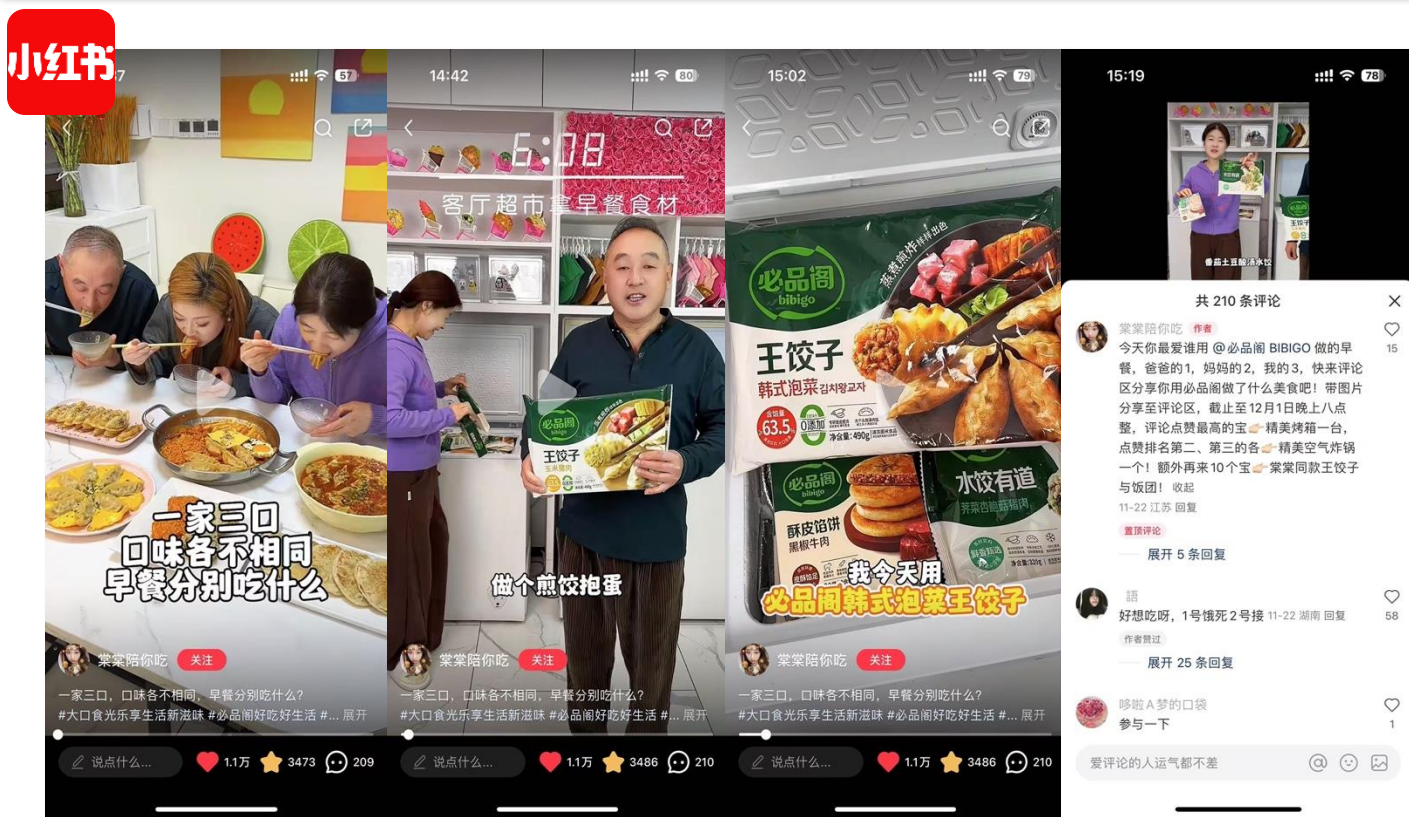


小红书达人投放

高效营销组合KOL造势+小红书KOC接力话题沉淀打造用户心智

小红书KOL@棠棠陪你吃以家庭为主题打造成成员口味PK角度种草
吸引用户参与话题讨论，持续强化品牌曝光，透传品牌焕新心智教育

中腰部&KOC接力话题热度持续种草
#大口食光 乐享生活新滋味



KOL+KOC营销矩阵形成品牌曝光与话题引领，深化市场渗透与长尾效应

精准营销投放规划

入驻美团并首次参与精准营销投放活动，前置品牌及产品曝光

-外卖频道搜索置顶-



-店内搜索置顶-



-店内品类置顶-



-产品详情页-



线下主题快闪活动

聚焦周末，落地广州核心热门商圈，焕新品牌线下新活力

拍照打卡区



试吃区



游戏互动区



兑换 & 销售区



•曝光达成•

总曝光量909w

总曝光完成率173%



225w
188w

119%



570w
232w

246%



108w
100w

108%



6w
5w

120%

最终
vs
预估
曝光

曝光
完成
率

抖音信息流投放：整体曝光超原定KPI近 40w，拉新人群规模效果显著

225w

总曝光量

119%

曝光完成率

1.7w

点击数

0.78%

点击率

97.35%

品牌拉新比例

美团闪购精准营销：高曝光投放直观带动销量，促成品牌在美团50%的生意增长贡献

108w

总曝光量

108%

曝光完成率

1.1w

点击数

1.03%

点击率

5.4w

引导成交金额

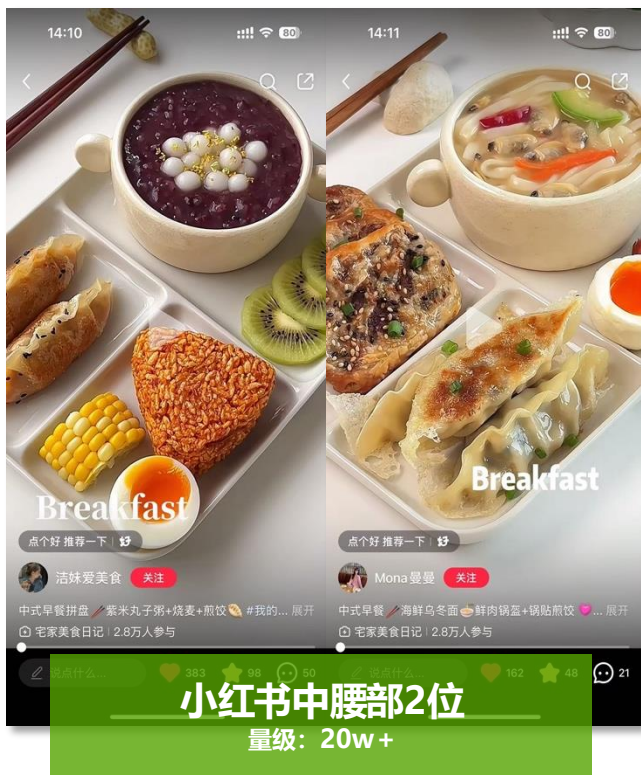
1.81

引导ROI

小红书种草传播：KOL话题打造+KOC接力话题传播矩阵打造品牌话题页种草热度



曝光量 428w
完成率 356%
互动量 1.6w



曝光量 26w
完成率 104%
互动量 1k



曝光量 86w
完成率 150%
互动量 2k



浏览量 42.6w
互动量 2.01w

线下主题活动：活动整体线上+线下曝光超 30w，共吸引超万人参与互动

6w

总曝光量

1w

互动量

1k

现场销售量

2k

总派发周边数

2k

总派发试吃数

100+

抽奖参与数

30w

总曝光量

1k

互动量





营销效果与市场反馈

活动期间，品牌官号联动宣发引起 3.7w 曝光，11月全月全平台新增关注量超 1.1w



3.7w
总曝光量

1k
总互动量

1.1w
11月新增关注量