



Top
Mobile
Awards

“517吃货节” 节日大IP立体化营销 助力东风雪铁龙打造逸享生活

- ◆ 广告主：东风雪铁龙
- ◆ 所属行业：汽车行业
- ◆ 执行时间：2018.05.09-05.19
- ◆ 参选类别：互动体验类



活动简介：517是美团点评旗下大众点评打造的市场认知度极高的王牌IP，联动众多品牌（东风雪铁龙、可口可乐、达喜）与爱吃喝玩乐的用户，开启的理想LIFESTYLE大IP场景营销

活动目的：在517王牌大IP背景下，以吃货LIFESTYLE乐活街为亮点，为东风雪铁龙创造品牌营销机会点，以场景切入引起吃货们共鸣，**联动品牌与商户跨界互动，实现线上线下一体化场景体验的联合曝光**



项目策略

1

美团点评王牌IP，高流量联合强势曝光

以线上【吃货LIFESTYLE乐活街】开启美食娱乐场景，激发用户味蕾与视觉的互动机制，让东风雪铁龙带你逸享浪漫好餐厅

2

品牌造势，为高端人群打造极致线下体验

在北京上海著名shopping mall，线下打造【吃货乐活快闪店】，为品牌联合品质西餐厅，给情侣们推荐告白胜地，打造高端约会场景

3

节日爆点延续，创造需求触发用户共鸣

你希望过怎样的520？东风雪铁龙创造各种约会场景邀你查看有缘人，通过520浪漫节日作为517的延续热点，创造浪漫场景引发用户共鸣

投放时间

5月9日-5月19日

投放城市

全国



Top Mobile Awards

品牌营销机会点

洞察&策略

利用1年1度的稀缺盛事，打造线上线下一体化立体营销

ONLINE

5月吃货LIFESTYLE的逸享生活



517吃货节

520浪漫约会

线上联合吃货节王牌IP打造吃货LIFESTYLE逸享生活

发场景福利/美食礼包
引流线下场景体验



玩品牌互动游戏
赢吃喝玩乐大礼

美食场景强互动体验

OFFLINE

吃货乐活快闪街



北/上2大CBD商场2场
线下乐活街参与+商户EVENT

多场景线下物料



覆盖25+城市1.5w家
餐饮/KTV/电影院商户

CONTENT

点评二楼视频：乐活快闪街+品牌定制内容造势

VIDEO

微信美食博主传播

KOL软文传播

行业媒体PR传播

SOCIAL

整体活动节奏

打造5月品质狂欢

美食话题，趣味游戏，丰富活动，线上线下O2O引流狂欢

阶段	预热期 (5.06-5.14)	爆发期 (5.15-5.17)	延续期 (5.17~5.21)
主题	“有享法，逸起来”		
阶段主题	#有享法 逸起来#	#吃货乐活街-品质乐享西餐厅#	#520约会新享法#
目的	517王牌IP+美食场景+品牌联动，触达品质人群		节日营销，继续引爆关注度，提升品牌声量
线上	517吃货节 烛光晚餐大挑战互动H5		520浪漫约会 SUV天逸缘分测试机互动H5
	引流 引流 SOCIAL 定制品牌视频《吃货女友求婚指南》、和活动视频露出《吃货的盛世美颜》、《一条都是吃货的街》 微信美食博主/KOL软文传播/行业媒体/营销事件包装传播		
线下	吃货乐活街快闪店-乐享西餐厅 (北京/上海城市CBD)		
	全国多家品质餐厅物料进店 电子屏：餐饮/KTV/电影院 全国多网点投放		

活动总结

517

517吃货节节日大IP全线联通， 打造“有享法，逸起来”品质好生活

将活动集中360度深入人心，传播品牌“有享法，逸起来”的生活理念
围绕吃喝玩乐打造品质升级概念，创造独一无二的517IP营销传播矩阵



王牌IP活动
实现高频曝光



线下快闪体验
乐享西餐
创造品牌品质



O2O节日营销
体验升级
520浪漫延续

ONLINE 517吃货节 - 烛光晚餐大挑战



ONLINE

吃货节延续 - 520约会新享法节日营销



ONLINE

517活动主战场-吃货LIFESTYLE-广告投放



点评APP首页-APP首页中部通栏



点评APP首页-大促版位活动1/5入口



点评APP首页-大促版位

ONLINE

517&520
-场景频道CPT投放



美食频道-顶部通栏(第二帧)



电影频道-顶部通栏(第二帧)



KTV频道-Rich Button



汽车 频道-品类列表页通栏



团购交易成功页横幅广告
(第二帧)



静态开屏(可点击)



首页-信息流第八位(新版)



首页-信息流第二位

ONLINE

点评二楼视频-品牌传播软性植入



品牌开头详情植入



品牌冠名



品牌场景植入，包括吃饭场景+求婚场景等多场景



品牌logo角标



女主出现-品牌衔接内容植入



品牌快闪店介绍

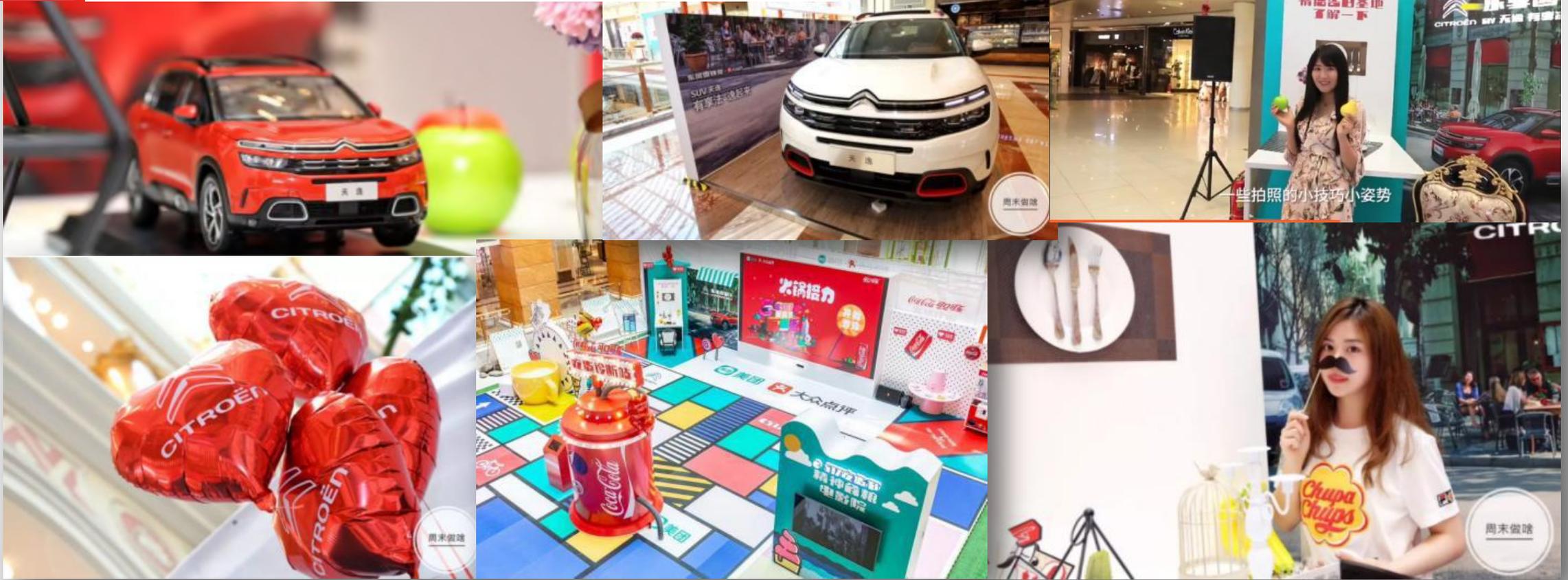
点评2楼视频

品牌定制：《吃货女友求婚指南》
品牌活动露出：《吃货的盛世美颜》、
 《一条都是吃货的街》

以“为吃货女友营造一场浪漫求婚”的故事视频为契机，将东风雪铁龙软性植入故事场景，通过多渠道产品植入，制造了高端美食+逸享品质生活+浪漫求婚妙招的全方位内容诠释。实现了品牌与吃喝玩乐结合的定制内容共赢。

OFFLINE

线下517两场王牌乐活街-乐享西餐厅



品牌造势，为高端人群打造极致线下体验——乐享西餐厅：在北京上海著名shopping mall，线下打造【吃货乐活快闪店】，为品牌联合品质西餐厅，给情侣们推荐告白胜地，打造高端约会场景

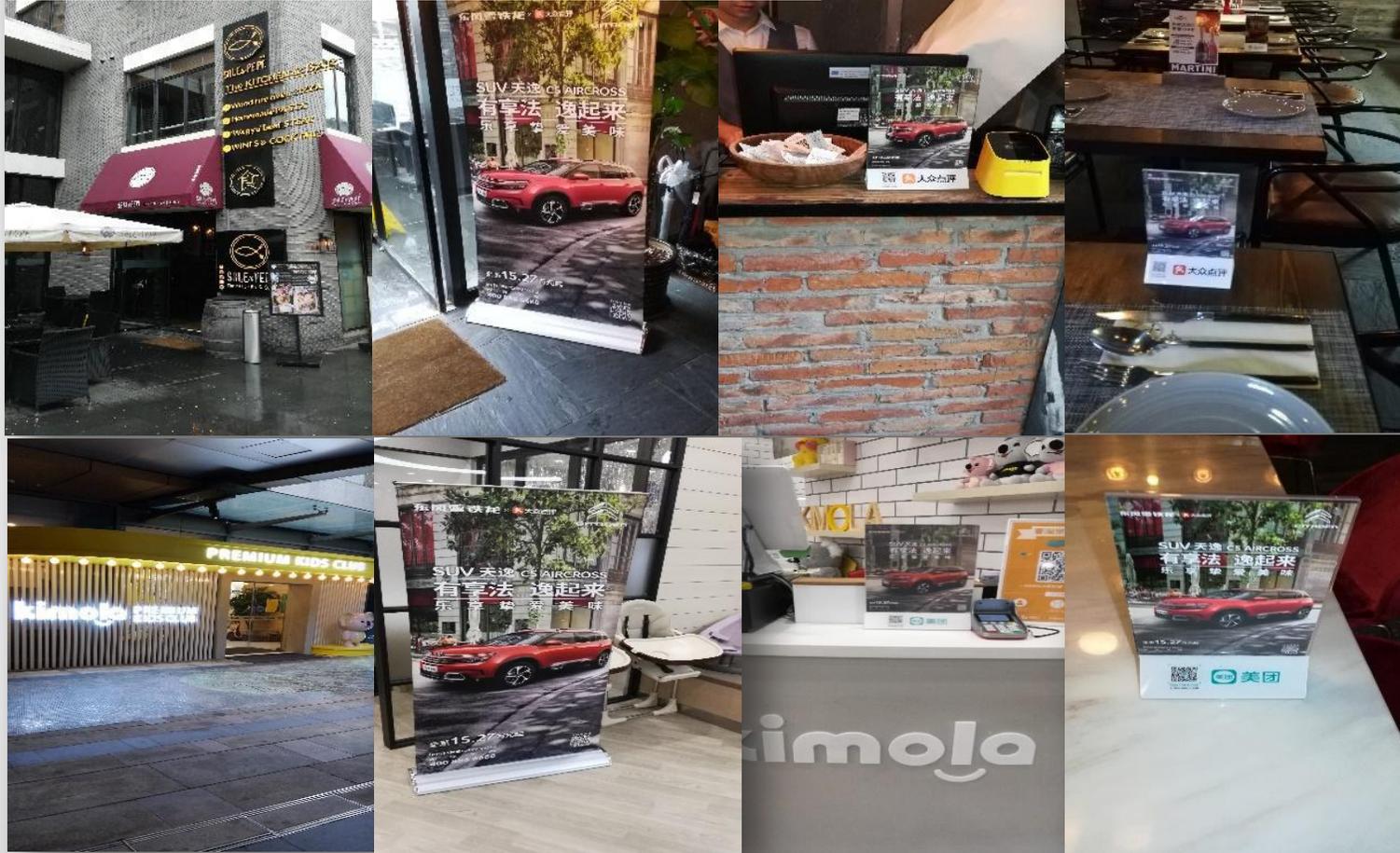
活动面积：
150m²

活动城市：
北京/上海CBD

人流量：
日均00,000

OFFLINE

全国多家品质餐厅物料进店



门头

易拉宝

收银台卡

桌卡

14天活动延续
2018.05.06-2018.05.19

北京/上海/成都/武汉/
贵州重点城市触达

30家品质餐厅参与

OFFLINE

全国多场景电子屏投放



电子屏
KTV/电影院/餐饮

6000个餐饮电子屏

25个城市KTV

20000个
点歌屏+电视屏

5000个网店影院通投
优质资源曝光

活动总结

1.联合王牌IP活动，实现高频曝光

517吃货节作为美团点评的大IP，
为此次东风雪铁龙天逸SUV实现了高频的品牌曝光
达到平台与品牌合作共赢的联合效果

3.O2O节日营销贴合用户，增强好感

作为517吃货节的节日爆点延续，利用520这个浪漫的节日
继续创造“520约会新享法”的浪漫约会场景
贴合用户做节日营销，增强用户好感的同时曝光品牌特色

2.线下快闪，创造品牌品质

通过两大城市CBD线下打造517吃货节趣味快闪店，
创造了东风雪铁龙天逸SUV的“有享法 逸起来”的品质
生活互动版块，触达用户深入场景进行品牌体验

4.品质餐厅商户配合，参与物料落地

在全国重点城市触达30+品质西餐厅，
为此次东风雪铁龙天逸SUV实现了全国范围的高频曝光
深入用户进行场景体验，达到商户+品牌+平台的三方共赢的
联合效果

ONLINE

517吃货节 - 烛光晚餐大挑战



美团点评大平台，高流量联合强势曝光—— 烛光晚餐大挑战：

以线上【吃货LIFESTYLE乐活街】开启美食娱乐场景，激发用户味蕾与视觉的互动机制，让东风雪铁龙带你逸享浪漫好餐厅



活动总曝光：
655,982,035



总互动：
550,874



CTR：
4.3%

最终留资数

14,095

ONLINE

吃货节延续 - 520约会新享法节日营销



节日爆点延续，创造需求触发用户共鸣——520约会新享法：

你希望过怎样的520？东风雪铁龙创造各种约会场景邀你查看有缘人，一起度过520浪漫时刻



总曝光：
76300965



总互动：
1906362



CTR：
4.16%

用户提交试驾申请：
3371

ONLINE

520约会新享法-线上活动数据



520当天

1,736,567 总曝光

72,241 总点击数

3371 用户提交试驾申请

4.16% 平均CTR



KOL列表：

北京吃货团、北京吃货小分队、周末做啥、深扒魔都

PR媒体传播列表：

数字营销微刊、胖鲸头条、WIFI新连接、营销官、广告创意、首席营销官、SocialBeta

文章数: **11** 微信公众号共计阅读量：**448,032**

曝光粉丝数：**1,950,000**

平均文章阅读数：**148,717** H5引流转化率：**0.61%**

平均点击率：**11.05%**

OFFLINE

线下517两场王牌乐活街-乐享西餐厅



上海环球港 城市CBD

日均流量**20w+** 活动面积覆盖**150m²** 4日曝光量**95W人**

上海517乐活街：环球港商城B2中庭

时间：5.15- 5.19

在城市CBD打造517乐活盛世，以吃喝玩乐互动为趣味吸引机制，让用户参与其中，实现品牌与平台的多重曝光

OFFLINE

线下517两场王牌乐活街-乐享西餐厅



北京富力广场 城市CBD

日均流量**26w+** 活动面积覆盖**150m²** 4日曝光量**100W人**

北京517乐活街：富力广场中庭一楼

时间：5.15- 519

在城市CBD打造517乐活盛世，以吃喝玩乐互动的趣味吸引机制，让用户参与其中，实现品牌与平台的多重曝光

OFFLINE

线下517，天逸SUV品牌ROAD SHOW



天逸SUV 车型ROAD SHOW

定制快闪 强势亮相

地址：上海环球港 城市4楼

日均流量26w+ 活动面积覆盖30m²

4日曝光量100W人