



永和大王-酱滋的挑战你敢嫩吗?

- 所属行业：（餐饮）
- 执行时间：（2018年6月19日-2018年7月20日）
- 执行范围：（重点一二线城市）
- 参选类别：（短视频营销类）





• 品牌营销的背景和初衷：

- 产品口味全新升级，全新的组合售卖形式；
- 以猪排为主要沟通点，吸引更多消费者关注促进销量。

• 最终想要实现的目标：

- 扩大永和大王新品套餐的产品曝光，进一步扩散产品卖点，帮助受众更好地记忆大王新品套餐；
- 通过对永和大王台湾感的塑造，增强品牌认知度；
- 通过social buzz将品牌信息的扩散，借助KOL的影响力，形成品牌好感和好奇，并通过incentive最终促成购买。

• 目前面临的挑战和困境：

- 产品USP是什么？如何从同质化产品中突围？
- 先腌后炸造就的独特层次感如何直观表达给消费者？
- 产品源自台湾的传统味道——在脱去“君悦猪排”（台湾著名炸猪排）这个名字之后，该如何传递？



• 通过对目标人群的洞察有怎样的发现

➢ 台式美食已在消费者心中形成美味感、品质感的固有印象

• 整个案例的核心策略

➢ 延续台式经典，超值美味的传播内核，进一步塑造产品到品牌在消费者心中的台湾印记

➢ 通过TA的新兴触媒平台，打造有“网感”的产品，引爆网络声量

• 案例的最大亮点

➢ 将口味上“秘酱+滋脆+嫩”的三重口感与极具特色的台湾口音趣味结合

➢ 全新短视频平台——抖音的应用探索

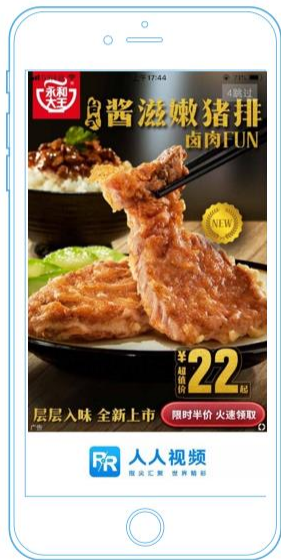


- **Owned media:** 通过官方双微平台领券的形式，吸引老顾客到线下门店消费，大王吃货团UGC视频拍摄，持续传播“酱滋嫩”的产品买点；
- **Paid media:** 通过DSP投放，扩大消费者对“酱滋嫩”的认知，并引导消费者领取半价领券，进而提升线下门店销量；
- **抖音:** 通过“酱滋嫩”绕口令挑战赛，引起活动高潮，吸引更多的潜在消费者，参与挑战，增加对酱滋嫩猪排的认知，促进销售。



酱、滋、嫩 三重口味的 病毒式传播

一、新品推广中，通过精准人群的高曝光推出，能够有效的覆盖潜在的消费人群，有效触达核心TA，扩大品牌度。



全屏



插屏



信息流图文



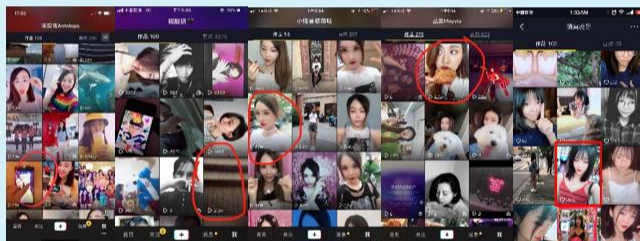
横幅

二、抖音作为短视频火爆平台，以短视频方式能够有效的帮助品牌以及产品通过可视化的表现，以达人探店方式，不仅直接传递对食物的美妙口感，更直接传递活动信息，实现用户对产品的种草心理，并有效传递品牌，帮助吸引更多新消费人群，实现高消费转化率。

#酱滋的挑战敢嫩吗？#视频发布



抖音红人发布挑战视频



店员挑战视频发布



UGC视频发布



抖音挑战赛，优质PUGC引发UGC传播

卖点关联强 低门槛 可复制



绕口令形式 卖点植入



UGC产生并再利用

#酱滋的挑战敢嫩吗#

层层酱，层层香，层层香酱腌酱香
一口滋，一口嫩，满口滋嫩酱滋嫩

三、双微在既有人群中，以“大王吃货团”的形式招募，能够有效的帮助品牌实现老客带新客的传递，通过老客试吃活动产生对品牌的认可和新认知，从而为品牌代言。以UGC的视频形式有效扩大影响力，帮助提升品牌消费转化。

这是一场预谋了许久的大事
在第二期【大王头条】中
大王收获了8位幸运吃货
诚邀他们来参加首届

大王吃货团



陈 7
来吧 自助扶墙进扶墙出的男人在这里还怕你小小的霸王餐?

裴裴 7
我, 敢来! 你敢请吗?

查理妈Joy 5
当然敢, 致电过来!

M 5
啥时候试吃, 第一个杀到!

psycho 4
来吧! 来吧! 相约永和大王! 相约在美食的天堂里! 相约在猪大排的香嫩中!

Bingo队长 4
下次一定赴会, 记得邀请我哦

健康快乐 3
作为铁粉, 我好想参加新品霸王餐聚会活动的大王吃货团,

作者 5
好的呀~记得经常关注我们官方的微信活动哦, 大王会不定期组织吃货团活动~🍔🍷🍷

Sherry_Wu~ 3
作为一名合格的资深吃货, 有得吃难道不是立马参与的吗🍔

Campaign效果评估

酱滋嫩卤肉FUN活动传播中，定向一线城市，通过DSP精准投放、抖音、官方自媒体传播，实现**精准人群传播触达有效人群达11,461万人次**

其中对品牌产生认知，并进行Engage的受众达**176.5万人次**

认可品牌且对产品产生兴趣，实行领券人群高达**46,283人**

领券到门店核销并消费人群高达**22,843人**

消费核销转化达到**49%**





投放时间：7月16-7月20



原生页文案：领
半价尝鲜券！即
刻品尝，永和
大王酱滋嫩猪排
肉FUN的美味！



点击button进入
DSP动态落地页



导流线下门店，促
进线下门店销售



- 6月中旬抖音官方公布，抖音日活超过1.5亿，月活超过3亿，抖音主力用户群体，已经从早期的18到24岁，上升到了24到30岁，该年龄段用户占比目前已经超过40%，该年龄段的群体正好契合永和大王的主力消费人群；
- 本次“酱滋嫩”的挑战在抖音信息流的投放**曝光率较高**，给永和大王品牌和新品“酱滋嫩猪排卤肉FUN”带来**604万**的曝光，**2.77万**人次互动，其中**36%**的人对产品兴趣高，点击进入Landingpage。
- 内容上通过视频的形式，更加有效的能够从感官上传递食品的美味感，吸引了更多的潜在消费者。通过评论的表现来看，消费者对于永和大王的品牌，表现的十分积极，吃过“酱滋嫩猪排卤肉FUN”的消费者**对产品的口味也有很好的评价。**



T

THANKS

M



A