

大数据打造韩时超级符号，玩转新品推广

- ◆ 广告主：韩时烤肉
- ◆ 所属行业：餐饮
- ◆ 执行时间：2017.12.12-12.31
- ◆ 参选类别：电商营销类

背景：韩时烤肉品牌诞生6年间，首次菜品更新，新增11道菜品。

目标：①品牌想借此契机，一改消费者对韩时的“陈旧记忆”，提升消费者心中的好感度，拉动年轻消费者的增长；
②同时也希望借助新品，在“双旦”期间，拉升品牌生意。





洞察



最爱菜品有新吃法

本次菜品更新，“猪五花”又进行了升级，增加了**5种新吃法**，给用户百变新鲜感。



用户有最爱

通过大众点评大数据，我们发现“猪五花”是消费者**推荐最多**的菜品。



萌宠易传播

漫画萌宠（小猪佩奇）多为年轻人所喜爱，容易成为品牌和年轻用户连接的符号。打造“五花”魔法小猪IP，塑造给予用户百变味蕾体验的品牌形象。

数据定位造IP，携手品牌多渠道打爆超级符号

大数据“捕捉”“猪五花”超级符号

精准渠道锁定年轻吃货

大数据调取平台用户推荐的菜品，“猪五花肉”被锁定



由五花肉打造“百变魔法师-猪五花”萌宠形象，绑定“韩时=烤猪五花”，传达五花肉的百变吃法。



①H5覆盖美团点评海量爱韩餐的年轻人



②POI页头图转化潜在客户



③品牌官方微信-忠实粉丝



④线下菜单、DM单-商圈人流



⑤UGC点评-口碑传播

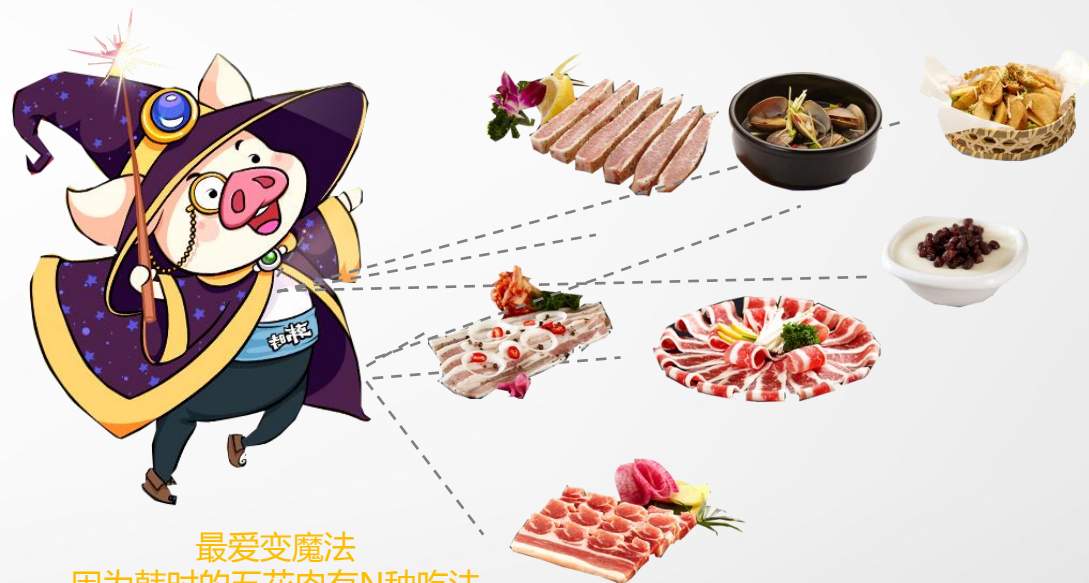


塑造形象饱满，性格突出的“五花”魔法师超级符号

内容 执行

韩时品牌超级符号：猪五花形象打造

- 名字：猪五花
- 性别：不详
- 年龄：6岁
- 职业：魔法师
- 家乡：韩时魔法学院
- 兴趣：吃饭睡觉变魔法、调戏吃货



最爱变魔法
因为韩时的五花肉有N种吃法



内容执行

H5流程机制：

- ①点击屏幕，围观“五花”变魔法，每一次魔法都是一次新品展示。
- ②用户可选取自己钟爱的新品，领取该菜品，到店品尝新品魔法。



媒介策略

根据用户**生物属性**及**消费行为**，
对目标人群实现精准投放，覆盖
爱韩餐的年轻受众。



带去商圈
活跃时段
口味喜好

浏览习惯 年龄

美团点评双平台黄金资源，精准锁定用户



大众点评大牌推荐广告
曝光：2,008,856
点击：26,443



美团首页顶通广告
曝光：1,869,697
点击：8,250



美团美食频道顶通广告
曝光：1,513,115
点击：10587



大众点评信息流第6位广告
曝光：1,347,336
点击：9,426

萌宠发力
魔效十足



萌宠与年轻人触达：**8,368,310**次。其中线上曝光7,568,310次，线上品牌主动搜索量较上月**增长56%**



萌宠和年轻人玩耍：H5参与人数**60,550**次



拉新：**37000+**份奖品发放，线上生意同比**增长26.7%**

