

说唱不停歇，快乐不迟到——美团外卖玩转 IP 跨界营销

广告主：美团外卖

所属行业：互联网 APP

执行时间：2018.07.14-09.27

参选类别：视频节目合作营销类

营销背景

1、市场进入成熟期，挖存量成发展关键

经过激烈市场竞争，外卖市场进入成熟发展阶段。美团外卖作为行业绝对领军者，低价补贴策略已经无法撬动长期用户，挖掘存量市场成下一步发展关键。

2、品牌全面升级

美团外卖品牌全面焕新，从单一餐饮外卖到全品类，从快速到急速。

3、持续与年轻群体深度沟通

美团外卖一直重视与年轻消费群体的沟通，曾尝试多种传播形式，但都无法持续的吸引年轻群体的注意。此番品牌希望与年轻群体深度沟通、展示企业团队形象、传递品牌价值。

营销目标

消费升级大环境下，新青年群体对生活服务类 O2O 平台提出更高要求：“更高品质”“更全品类”“更快速度”，美团希望借助潮流文化打开新青年群体兴奋阀形成深度传播，收割大 IP 红利，赋能品牌全面升级。

策略与创意

1、用更加年轻化、多元化的方式直接和主流年轻人对话，渗透到年轻人的生活当中，从而在“年轻人的综艺节目”和“年轻人的生活方式”之间产生更多共鸣。

2、更新品牌过去单一的“餐饮外卖”平台形象，传播品牌全品类“生活服务平台”形象，得到消费者尤其是年轻群体的广泛认同。

执行过程/媒体表现

1、节目里花式植入，新潮又吸睛

2、花式融入节目场景，高频露出提高品牌曝光量



3、内容既广告，创意视频组合出击，全方位展现品牌特性



4、花式互动投票,直接刺激平台导流

5、粉丝投票助力选手复活，拉近品牌与粉丝之间的距离，直接刺激 APP 活跃用户

6、投票完成后红包激励，直接刺激下单转化



7、多渠道分发,狙击年轻人潮流娱乐圈

①抖音、朋友圈、微博多渠道分发走心 H5/短视频，全面包围年轻人娱乐矩阵。H5 上线首日传播 PV (浏览量) 已突破 250 万

②PR 稿件深度发酵，持续传播品牌行业内声量



营销效果与市场反馈

说唱潮流持续席卷全国，引爆全网热议，成为行走的热点制造机，同时帮助赞助品牌美团外卖的喜爱度和购买倾向获得较大提升，借助说唱潮流文化完成自身品牌形象更新。

- 1、品牌认知度提升 23%
- 2、品牌喜爱度 128.6
- 3、品牌购买倾向提升指数 129.6

视频链接: http://www.iqiyi.com/w_19s60jb699.html