

大众点评年会盛典—必吃街

广告主：大众点评

所属行业：互联网

执行时间：2018.11.16-12.16

参选类别：社会化营销类

营销背景

大众点评 VIP 年终盛典聚焦本地餐饮和大众点评会员的行业交流，追踪餐饮行业最受消费者关心的前沿喜好，剖析平台下新餐饮的商业成功案例，帮助餐饮企业在新餐饮商业模式下重塑并放大自身价值。它的意义在于将线上线下链接起来，再从线下往线上进行返流，同时也是一个会员对品牌感情升温 and 发酵的过程。

营销目标

追踪前沿餐饮商业模式下重塑并放大自身价值；

链接线上和线下的餐饮营销模式；

会员对品牌感情升温 and 发酵。



活动目标：
放大餐饮品牌自身价值

- 01 ▶▶ 追踪前沿餐饮商业模式下重塑并放大自身价值
- 02 ▶▶ 链接线上和线下的餐饮营销模式
- 03 ▶▶ 会员对品牌感情升温 and 发酵

The graphic includes a list of three activity goals on the left and a photograph of a restaurant interior with neon signs and food icons on the right.

策略与创意

必吃街十家点评「必吃榜」上榜品牌参展，现场用户不必满城搜索，一次性免费品尝十家必吃餐厅招牌菜新菜、特色菜美食尝鲜，先人一步。

活动营销策划&创意：

吃喝玩乐「橙」中城



「必吃榜」是基于大众点评大数据和用户验证综合选出，全国食客欢迎的优质餐厅榜单。

必吃街十家点评「必吃榜」上榜品牌参展，现场用户不必满城搜索，一次性免费品尝十家必吃餐厅招牌菜新菜、特色菜美食尝鲜，先人一步。

执行过程/媒体表现

线上传播+线下盛典参展方与大 V 现场互动参与

活动&媒介执行：

必吃街——线上投放



自媒体线上传播

联合多家自媒体，内容传播引起受众对活动的关注



平台广告

定向投放，精准传达TA 确保曝光量，实现高到达率传播



H5 线上互动

线上 H5 提供报名、互动领券，提前活动预热

活动现场效果：

必吃街——其他招牌商家展示



必吃街
活动现场



必吃街
活动现场



活动&媒介执行：

必吃街——站外宣传渠道

线上站外曝光超 5000 万

网络媒体



自媒体



纸质媒体

营销效果与市场反馈

活动&媒介执行：

必吃街——线下潮流地标引爆

12月 北京798 潮流地标 跨年引爆

一年一度 9亿用户 线上线下狂欢

全国 60城 联动推广 宣传

共享 百万VIP用户 大数据