



Top
Mobile
Awards

汉堡王9元众筹大砍价 组团闹新春

- ◆ 广告主：汉堡王
- ◆ 所属行业：餐饮
- ◆ 执行时间：2016.01.18-2016.02.17
- ◆ 参选类别：效果类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

营销背景及目标：

汉堡王于新年期间推出“加满料 可劲闹”主题活动，同时推出福气澳洲厚牛堡新品套餐。希望达成目标：

- 1、利用大众点评平台强大的消费场景和消费闭环，提升汉堡王新春**新品知名度**传播及口碑，推动用户**交易到店**的目的。
- 2、活动凸显汉堡王本期Campaign中“**加满料，可劲闹**”的主题理念，体现出春节欢乐喧闹的氛围。



挑战：

春节是各家品牌营销旺季必争之地

如何在激烈竞争中脱颖而出

通过活动撬动新品大规模传播及到店交易



Top
Mobile
Awards

洞察&策略

策略与创意：

通过创意组团砍价互动机制，引爆社交分享，以小投入撬动客户新品、活动主题大规模传播推广，同时拉动期间交易到店。

- 1、创意组团引爆传播：引入**众筹砍价的互动机制**，全新创意组团方式引爆社交分享，实现新品展示传播并引导线下体验。
- 2、深度结合活动主题：活动邀请好友可选择加价“闹闹TA”或减价“帮帮TA”的互动机制，使汉堡王新春**“加满料，可劲闹”**的主题深入人心。

把脉当下朋友圈场景互动心理

点赞、互黑、互撕，友谊的小船随时被考验，引入**创意众筹砍价的互动机制**，引发社交互动共鸣！

9元大砍价

加满料可劲闹

套餐原价51.5元起
砍价目标9元!

新上市

福气澳洲厚牛堡套餐
(福气澳洲厚牛堡1个+中可乐1杯+薯条2条)

TA的现价是51.5元 活动规则 >

+ 闹闹TA
为TA加价

- 帮帮TA
为TA减价

已有XXXXX位好友帮忙

+888元 9月14日
恭喜发财!

耐撕，狗带!

新年快乐，切克闹!



Top
Mobile
Awards

媒介&执行

活动流程：

活动H5入口



自己发起砍价页面



好友帮助砍价页面



帮好友加价



汉堡王线下门店消费



帮好友减价



砍价后抽奖页面



活动页整体PV400.9W+，参与人数24W+

媒体策略：

整合立体推广



投放展示：



商户推广通

覆盖全用户消费美食路径与场景，按有效点击计费。



商户搜索品牌秀

抢占商户搜索强势入口，导流直达活动页面。



商户详情页【促】

全面覆盖商户门店详情页，导流活动页面。



Top
Mobile
Awards

效果&反馈

执行效果：

- 1、**引爆线上社交参与**：活动期间页面浏览PV达**400.9W+**，参与人数**24W+**，主题及新品信息获病毒式扩散，社交传播占流量**71%**；
- 2、**品牌促进效果显著**：活动期间，汉堡王在点评的日均品牌搜索量提升**49%**；
- 3、**奖券领取引流到店**：活动发放奖品**16.6W+**，同时促销券浏览量**518W+**，下载量**23W+**，活动转化到店人数约**10353**到店消费；
- 4、**配合团单交易增长**：活动助力客户团单售卖，截止活动结束期间汉堡王团单GMV销量过**500W**；
- 5、**高性价比获品销双赢**：活动客户以小投入撬动大规模传播及客户GMV增长。

汉堡王9元众筹大砍价 组团闹新春

创意可选砍价方式，凸显客户“闹”主题理念，迎合当下朋友圈场景互动心理，引爆社交传播，以小成本投入获品销双赢

福气澳洲厚牛堡套餐
TA的现价是51.5元 活动规则 >

+ 闹闹TA 为TA加价

- 帮帮TA 为TA减价

已有大大大大位好友帮忙

- +888元 9月14日 恭喜发财!
- +2016元 9月14日 新年快乐!
- 388元 9月14日 请我吃汉堡吧!

1 引爆线上社交参与

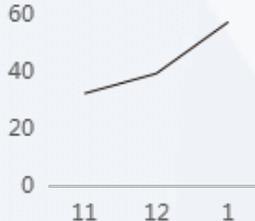
浏览PV达**400.9W+**，参与人数**24W+**，社交传播占流量**71%**



流量来源占比

2 品牌促进效果显著

日均品牌搜索量提升**49%**



搜索量走势

3 线下拉动交易喜人

活动转化到店人数约**10353**，带动期间团单GMV销量过**500W**



效果总结：活动客户以小投入撬动大规模传播及客户GMV增长！

引爆线上社交参与



浏览PV达**400.9W+**，参与人数**24W+**，社交传播占流量**71%**

品牌促进效果显著



日均品牌搜索量提升**49%**

线下拉动交易喜人



活动转化到店人数约**10353**，带动期间团单GMV销量过**500W**