



Top  
Mobile  
Awards

# 乐事谁是你的菜篇

- ◆ **广告主：**乐事
- ◆ **所属行业：**食品
- ◆ **执行时间：**2015年8月-2015年12月
- ◆ **参选类别：**媒介整合类

# 背景&目标

# 乐事

谁是你的菜篇

促销成本下降70%

销量超目标10%+

如何做到的？



Background

## 品牌背景：

乐事推出“谁是你的菜”系列新口味薯片，并借助当红艺人拍摄微电影推广新品



## 品牌挑战：

如何在帮助乐事提升新品销量的同时，



深化用户品牌感知，  
引爆**新口味热潮**？



+

咖喱牛肉

柠香鸡翅

孜然羊排

铁板鱿鱼

# Result

1

产品促销玩成用户互动  
购买乐事**100%**中奖  
大幅提升购买热情



促销成本:

**下降70%**

销量达成:

**超目标10%**

2

## 全媒体联动曝光

5亿包装、大量媒体引流互动，  
引爆用户尝鲜乐事新口味

乐事:

5亿产品包装

商超陈列

传统媒体

视频媒体



用户参与:

**400万+**

新口味菜品抽取:

**70万+**

主动分享转发:

**20万+**

# 洞察&策略

Solution

Insight & Strategy 洞察和策略

# 品牌的消费者属性

注重精神消费

活在当下

90后

追求品质生活

懂得物质享受

崇尚“吃饭才是正经事”



Solution

Creativity & Execution 创意和执行

计划的创意性

提升销量，怎么做？



提升产品附加值，  
让用户更愿意购买！



买一包3.8元的薯片，  
100%得到5元的大众点评美食现金券！



传统促销的物流、运输、损耗等成本太高，  
现金券一站式全解决！



直接以现金券方式作为赠品，  
数字感知度高，覆盖吃喝玩乐，明确赠品价值

Solution

Creativity & Execution 创意和执行

# 计划的执行力

用户看到乐事包装  
花**3.8元**购买  
即可得**5元**优惠券



购买后扫码参与活动

100%得5元优惠券

促销成本下降, **70%** 销量超目标 **10%+**

Solution

Creativity & Execution 创意和执行

## 计划的创意性

如何深化用户对乐事的感知，  
引爆新口味热潮？



利用平台用户最爱原生栏目，  
海量促进参与！

利用"霸王餐"形式：  
平台最受用户热捧的0元免费试吃

包装乐事对应新口味菜品，  
吸引粉丝追捧



华丽变身



Insight:

乐事薯片消费者与点评用户高度吻合，ta们共性爱美食，喜欢某道菜的用户一定也愿意尝试

# 媒介&执行

Solution

# Creativity & Execution 创意和执行 计划的执行力

抽0元乐事菜品免费吃  
引爆用户互动

线下终端发券引流，  
刺激更多销售行为



“谁是你的菜”概念完全落地

免费领取优惠券转换销售行为

用户参与：**400万+**

新口味菜品抽取：**70万+**

主动分享转发：**20万+**

Solution

Result 结果

传播到达 品牌提升 销量支持

乐事强势助推：

5亿产品包装+商超陈列+传统媒体+视频媒体  
全部添加活动二维码及平台logo



# 效果&反馈

**Solution**

**Result 结果**

**传播到达 品牌提升 销量支持**

**促销成本下降70%**

**销量达成超目标  
+10%**

**活动参与人数超过400万，70万用户抽取  
线下尝试新口味，20万用户主动分享转发**

