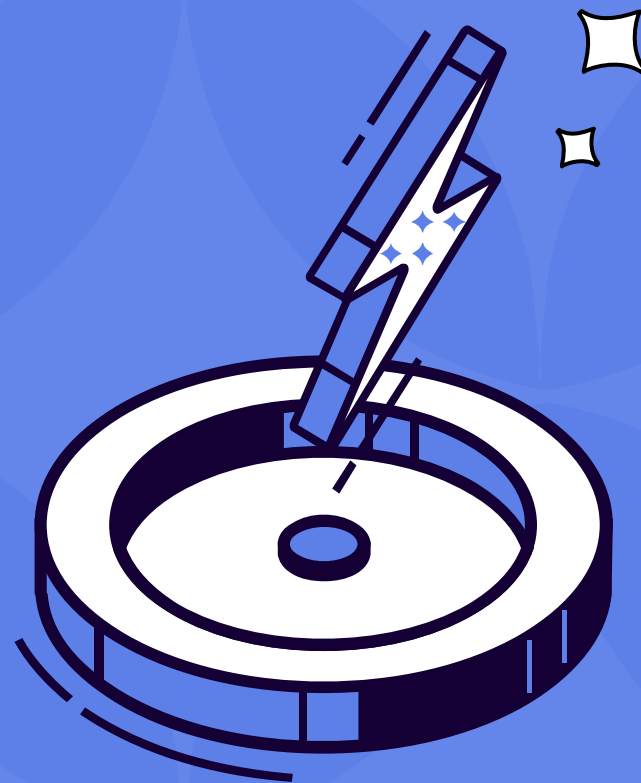


超级课程表 自运营项目

借势黄金平台之力发挥最大营销势能



超级课程表深刻洞察大学生行为模式，平台持续推出深受同学喜爱的平台自运营项目

年轻化社区+高活跃人群催生年轻内容 真正引领高校文化潮流



校园摄影大赛



课表活动



校花校草评比活动



蹭课活动

成熟平台项目+集中焦点资源，快速引爆品牌影响力

自带光环

抢占用户关注

历经时间和用户考验
的成熟项目，
自带热度和关注，
快速实现品牌营销目标。

独家资源

占领用户心智

跨平台资源全力倾斜，
运营独家广告位开放品牌客户，
更优质的传播效果，
助力品牌信息传播扩散。

灵活应对

满足用户期待

团队运营经验丰富，
项目执行中能快速反应，
灵活响应不同营销需求
拉近品牌与用户距离。

强强联手，发挥1+1大于2的营销效果

超级课程表平台自运营核心项目

SUPER自习室
考试季独家项目

6月&12月

高校手绘地图
最经典开学季项目

9-10月

夜猫小食舍
全面触达校园

6月&12月

21天打卡
最持久平台项目

年度项目

NO.1

NEW
全新登场

考试季独家IP

SUPER自习室

合作时间：5-6月/11-12月





众所周知，大学生的学习周期只有两周，
开学第一周，考试前一周。

考试—— 大学生最熟悉的主线任务

平均每个大学生四年共要经受37次考试的折磨

每年2次随时挂科的期末考试、在4级6级的海洋里上不了岸、考公考
研考证考到怀疑人生

然而还有一个情况
比考试本身更令人绝望



自习室一座难求

超表社区一共收录了148264条关于备考的帖子

啊啊啊啊，哪里有座位？

那个考研自习室有空位阿？

主楼考研自习室可以放书过夜吗？

大家知道新校区有关门时间不限制的自习室吗？老小区有吗？

校外付费自习室
持续吃香

自习室深夜排队占座太可怕了

早起也抢不到座位

没有自习室

图书馆自习室，非本校生能在那吗？

有什么线上自习室工具推荐

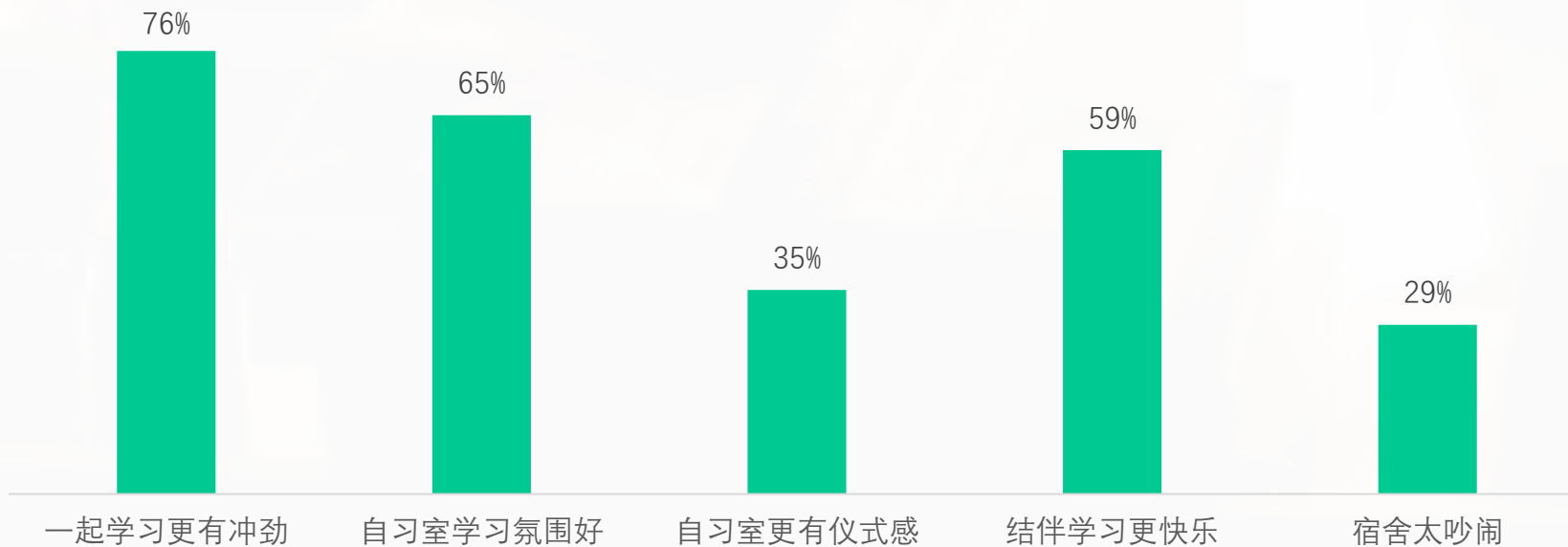
工具





超级课程表针对“为什么大学生喜欢去自习室”发起问卷调查

“一起学习更有冲劲”“自习室学习氛围好” 是自习室受同学喜爱的主要原因



同学们并非因为宿舍环境而选择自习室，更多是被自习室氛围吸引，一起学习更有冲劲。

如何解决“自习室没座位”，但同学又渴望更好的学习氛围这一难题呢？

超级课程表结合“番茄时钟”功能 革命性推出全新学习工具

更多的学习伙伴

更好的学习氛围

独创玩法 火爆校园

以课表工具及数据为底层建筑
持续向上扩容真实备考需求

基于同学们最爱的课表工具，超表运营团队与设计团队倾注一年时间与精力，专心打磨产品功能



线上自习室

高校buff

定时复习

学霸带队

抱团学习

超级课程APP重磅推出全新的考试季IP——

「SUPER自习室」

用线上结合APP功能的自习室玩法，叠加趣味线下活动
打造一场自带传播点的场景营销，激发全民热烈讨论
同时将产品与备考场景绑定，深度关联产品功能与品牌精神
巧妙地让品牌在大学生群体中怒刷一波好感👍

覆盖超表2800万在校大学生潜力用户 深挖大学生行为习惯找到与他们沟通的最佳触点

18万+超级社团
精选优质
高校社群

2800万+
全国在校大学生
覆盖人数

1700万+
在校月活跃
用户数量

校园海量流量<
最优资源实现全面覆盖



每天打开
【课表】看
今天什么课

备考46级
先设个【日程
提醒】

> 10年用户大数据
洞释用户习惯，产品触达更精准高效

数着
【考试倒计时】
复习

全方位覆盖用户备考路路径，实现品牌校园强曝光强触达

全平台最优资源实现全面覆盖 让SUPER自习室成为考试季营销最强音

首页Banner<
高流量入口持续导流

大霸屏<
首页弹出强力吸睛

开机启动图<
开机全屏展示抢占用户关注

课表文字链<
用户高频使用功能软植入



> SUPER自习室

多资源 | 大曝光 | 强导流

重磅考试季IP,

品牌与考试场景的强绑定,
助力大学生轻松度过考试季!

超表站内核心资源全力倾斜，为SUPER自习室IP精准导流

高校积分榜，拉满考试气运

校花校草同桌复习

抱团学习，复习更加积极

文字/语音/表情互动按一按

分摊压力，复习不再孤单

超表深度融合备考需求打造线上自习室，主动吸引全国学生围观

校花校草 | 社交互动 | 高校榜单 | 学霸技巧 | 自定义时间

超表核心资源全程倾斜助推，让备考通过创意玩法

变成一场全民参与的场景大战

品牌还能化身备考助攻队友，助力大学生轻松度过考试季

实现品牌与考试场景的强捆绑

考试季工具【SUPER】自习室上线，花式玩法助力大学生高效备考

学霸复习高分技巧

自定义时间复习，备考更积极



ONLINE玩法>>

——打造更具互动性的自习新玩法——

让Ta快速找到复习最佳状态，重新激活备考燃能量



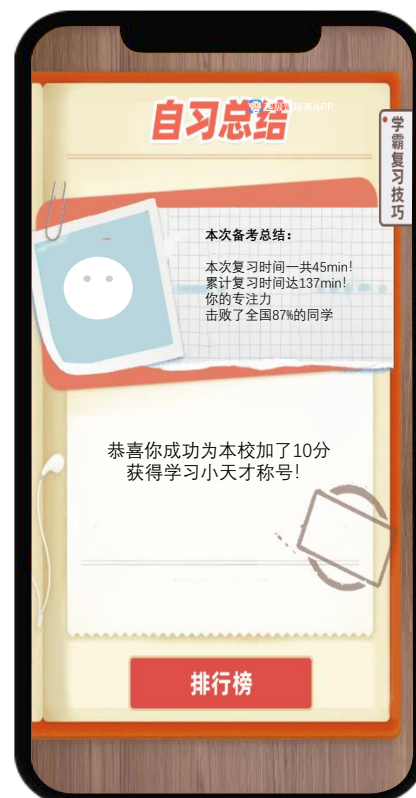
1.用户自定义复习时间后开始学习



2.用户可点击他人头像发起互动



3.点击学霸复习技巧get重点



4.复习结束生成个人总结内容



5.根据时间生成高校榜单

ONLINE玩法>>

功能好玩，队友更给力！

品牌化身成为大学生助攻神队友，助力同学变身SUPER，释放备考能量

颠覆枯燥烦闷的传统备考形态，最受大学生欢迎的趣味自习室，为品牌解锁更多高效合作模式

定制小结强化曝光
实现人群渗透



表情/形象定制
品牌化身助攻队友



品牌专属语音
潜移默化提升好感度



品牌信息KV软性植入
沉浸式体验



联合品牌推出榜单
大数据剖析备考季



品牌与大学生玩到一起，强势激活SUPER们的高效备考力

OFFLINE玩法>>

携手品牌闪现全国高校，1:1高度还原SUPER自习室

让更具创意的沉浸式场景助力大学生高效备考，全面释放同学们的备考能量



定制提示语音
持续深化品牌印记



课间空降王炸演出
轻松氛围释放备考能量



1:1高度还原自习室
融合品牌风格和校园元素精心打造



品牌定制展位
产品展示派赠倍增好感



品牌定制周边
福利扩大辐射维度

聚焦大学生考试场景，贴合大学生备考习惯 O2O联动全面打通品牌考试场景营销的校园链路



24h

NEW <超表首次创新考试季硬广资源>

<超表全站核心硬广资源为活动全方位触达引导>

四大核心场景触达：品牌季考周、品牌季考月、品牌季考季、品牌季考年

品牌季考周：品牌季考月、品牌季考季、品牌季考年

品牌季考月：品牌季考季、品牌季考年

品牌季考季：品牌季考年

品牌季考年：品牌季考季、品牌季考月、品牌季考周

备考场景硬广触达大学生

以用户习惯为导向筛选场景硬广
全面触达大学生的同时
最大化品牌效应

学霸复习技巧

自习总结

大学生进入SUPER自习室娱乐复习

大学生进入SUPER自习室
可通过自定义复习/学霸笔记/
等功能高效备考，与品牌玩到一起

大学生前往线下自习室无缝学习

根据SUPER自习室榜单TOP10排名
在高校落地线下活动
以点带面品牌持续渗透校园

IP四大亮点

助力品牌顺利抢占年轻心智 与考试季场景紧密捆绑

1

工具功能升级 品牌校园切入点

以课表工具及数据为底层建筑，解决学生真实备考需求，品牌顺滑切入校园

「SUPER自习室」

2

趣味互动 品牌好感直线上升

定制趣味互动中软性植入品牌理念/产品功效，潜移默化提升品牌好感度



3

海量S级资源助推 品牌效应最大化

站内外资源全程倾斜助推，不止于提升品牌的校园曝光，更能紧密捆绑备考场景



4

O2O互通 品牌全面渗透校园

线上线下联动，双管齐下充分吸引大学生关注，品牌渗透校园，0距离接触大学生



NO.2

9月开学季最经典项目 高校手绘地图

合作时间：9 - 10月



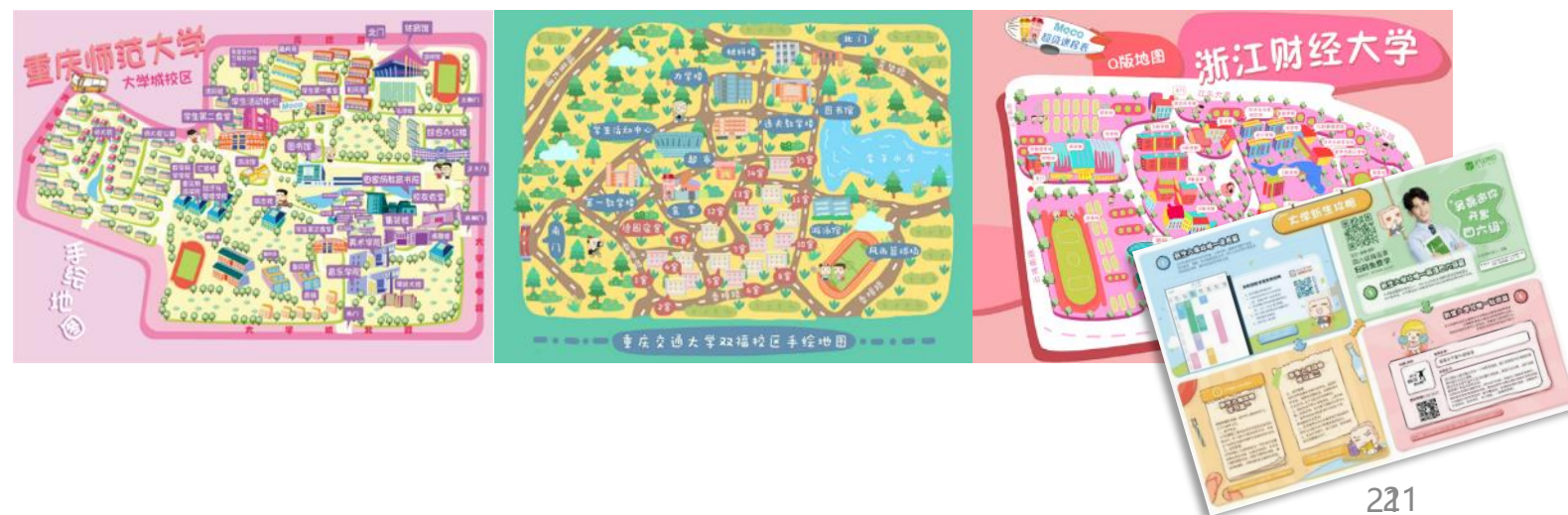
从2015年9月开始 超级课程表联手全国不同 高校社团共同打造

- IP已成熟运作 7年
- 曾与18个知名品牌开展深度合作
- 活动累计辐射人数 3895W+
- 落地高校新生平均覆盖率 70%

我们为全国高校定制专属地图，设计源于高校学生，引导师兄师姐们为新生们带去入学指引，是新生们入学最贴心最必备的礼物！



往年合作品牌：杜蕾斯、美拍、腾讯地图、快看漫画、搜狗、脉动...



覆盖超一线及一二线城市大学，影响力覆盖全国

社团入校派发，多场景触达用户



校园多点位触达
抢占注意力制高点

宿舍门口/宿舍

行人密集的校道

社团活动摊位

图书馆门口

学校小卖部附近

教学楼

.....



开放品牌合作，让品牌与我们一同为新生送上关怀； 让校园地图的每一处，都有品牌的身影

@地图正面植入：

根据产品特性，在地图上自然融入品牌信息；

植入举例：饮料食物:校园小卖部、手机:最值得拍摄的校园角落

@地图背面植入：

结合开学场景，直接呈现品牌信息，抢占消费者心智

深入全国百所高校派发品牌定制手绘地图，助力品牌在新生群体中快速建立品牌好感

400所重点高校

覆盖全国15个重点省份



累计派发100万+份地图

自2015年手绘地图项目与多个品牌合作，为新生们送上关怀

线下地图同步导流品牌相关内容，精准触达新生群体为活动传播全面造势



超级课程表X杜蕾斯·经典IP强势发力抢占新生用户心智

杜蕾斯&高校手绘地图IP合作，聚焦开学季深度触达全国新生



O2O策略实现广覆盖强触达

深入百所高校派发手绘地图,触达百万新生建立品牌好感

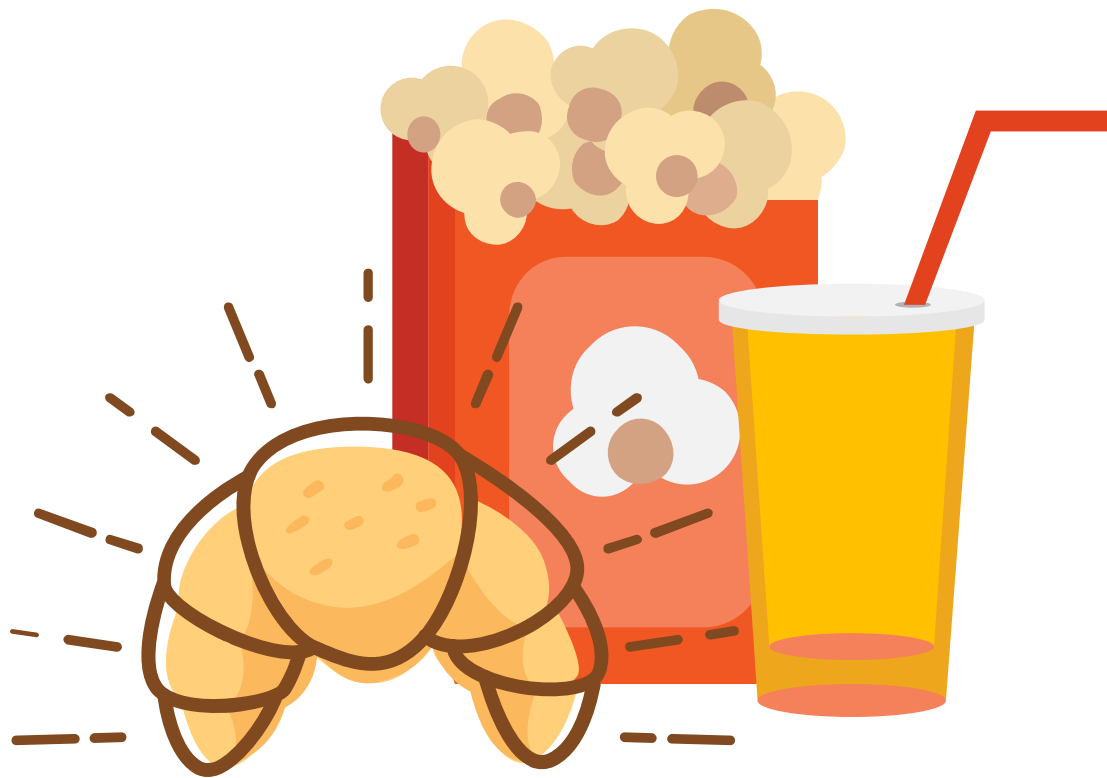


NO.3

NEW
全新登场

全面触达校园 夜猫小食舍

合作时间：全年可合作



如果大学生有什么高度一致的共同属性，那一定是爱吃喝喝



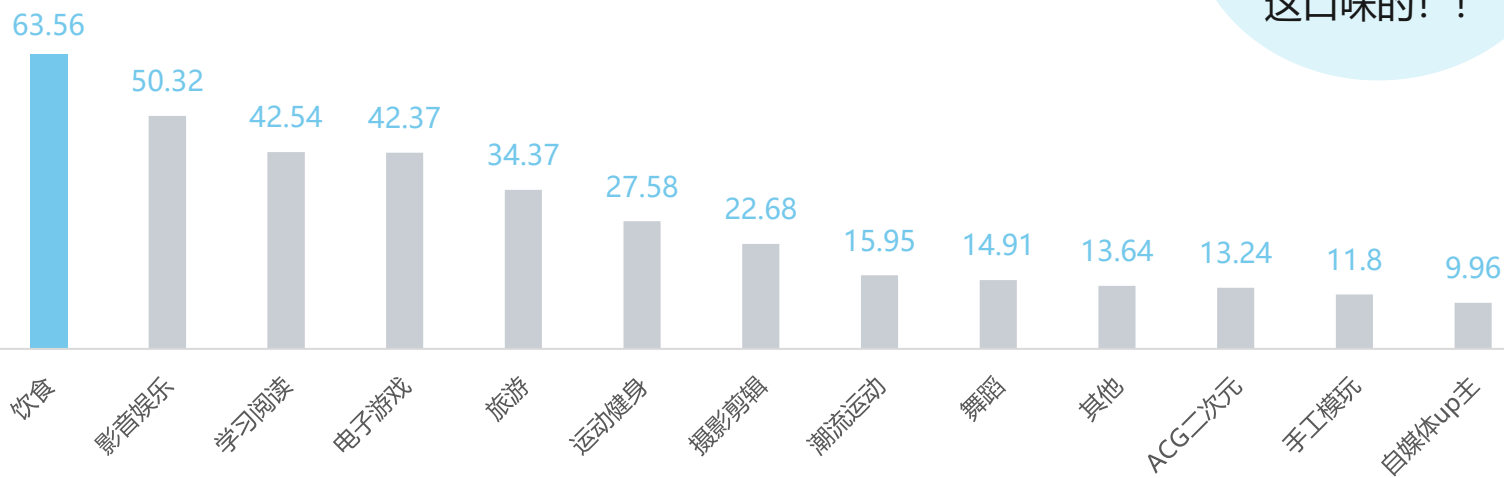
十个大学生，九个都是吃货党

“今天喝啥吃啥”的饮食内容，是大学生讨论热度最高的话题

大学生的兴趣榜单中，饮食，影音娱乐以及学习阅读是大学的三大兴趣爱好，饮食更是远超于其他兴趣爱好，稳居第一。

北苑上了新菜式！下课一起去试试？

食堂小卖部这么多款饮料，我最喜欢这口味的！！



——大学生兴趣爱好分布（单位%）——

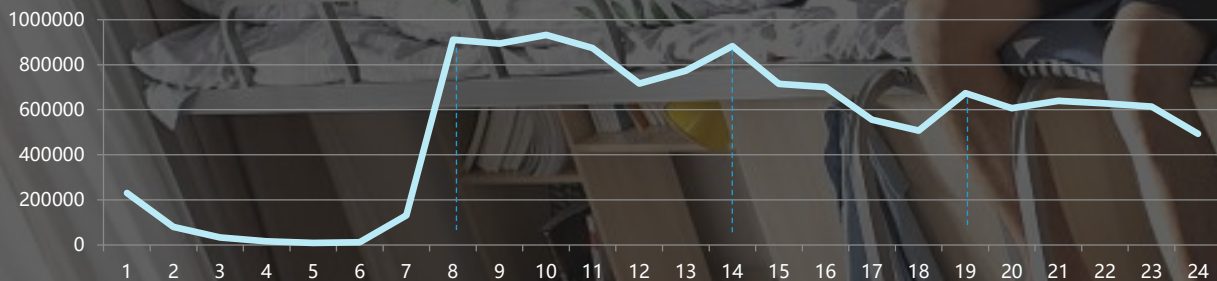
*数据来源：《2021大学生消费行为洞察报告》

而超表深挖沉淀10年的用户大数据发现，在五花八门的饮食场景当中 [宿舍夜间零食]是当代夜猫同学在校生活里，最火爆的消费新场景！

每天8点以后的夜间时间，站内同学们最爱分享各种“晚间零食”“深夜放毒”的帖子
校园里三点一线的平常生活，除了一日三餐，深夜的放肆吃喝能给同学们带来额外的放松时刻

除了上课时间，晚上8-11点是大学生们最活跃的课后时段

——超表平台分时段用户活跃度——



今日份深夜放毒！
一口自嗨锅一口快乐肥宅水，超满足！

泡面配汽水
快乐一百倍

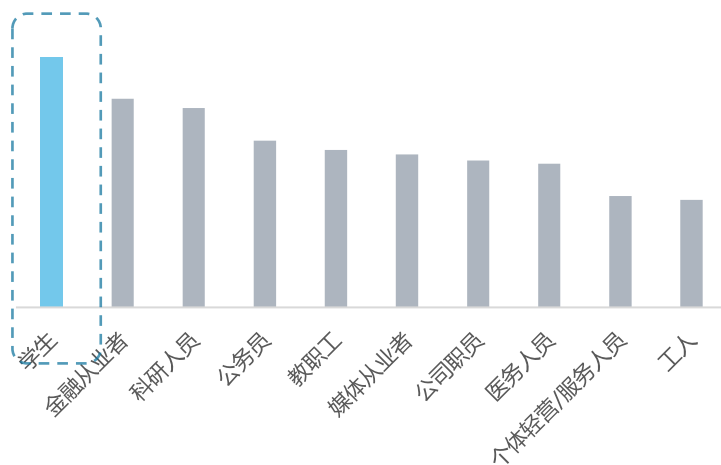
大学生喜欢在夜晚时刻分享吃吃喝喝的‘放毒’内容



同时，受限于疫情之下的宿舍管理，被封印在校的**大学生零食需求大增** **年轻消费者是食品饮料市场增长的核心“驱动力”**

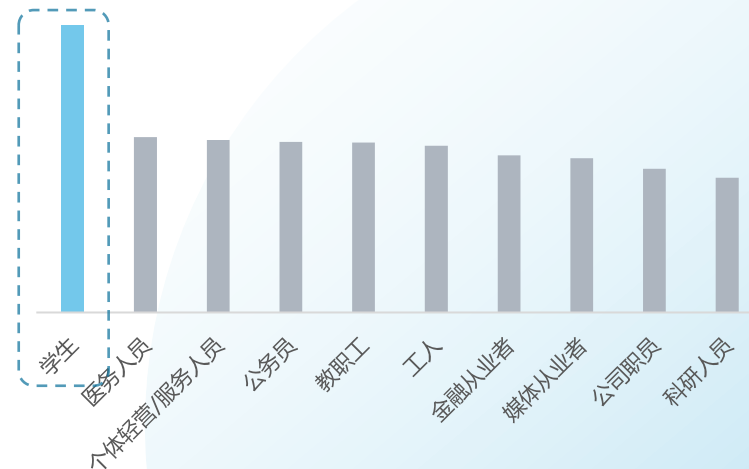
饮料和方便速食类各职业消费者中，学生群体人数增长最快，增速超一倍；学生群体的深夜零食消费场景TGI高达115，远超其他职业，体现出特别的场景偏好。宿舍夜宵场景成为方便速食类品牌进击校园新的机会点。

品类消费者之中
学生群体增长最迅速



方便速食和饮料各职业消费者人数同比增速

学生群体的深夜零食场景TGI
远超其他职业



食品饮料类各职业深夜零食场景偏好度TGI

宿舍夜间零食
的消费场景成为
校园营销**新机遇**

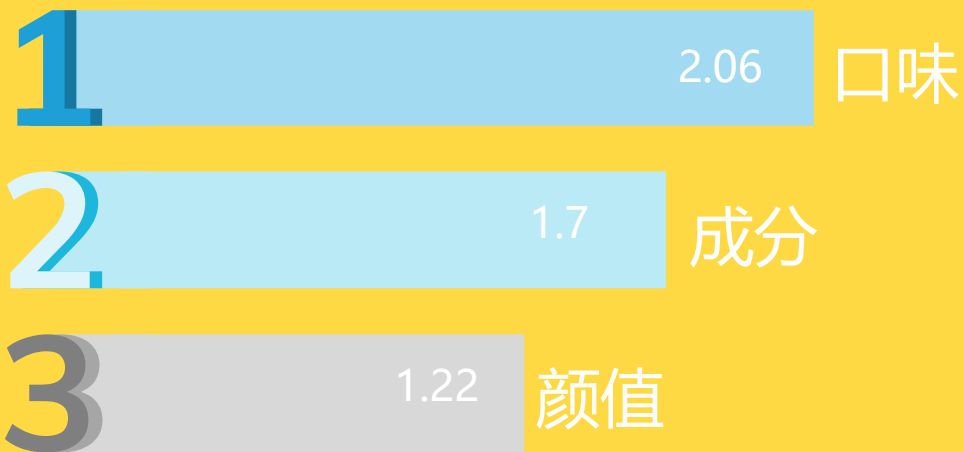
那么，如何抓住宿舍夜间零食这校园消费新场景与大学生沟通？



超表发现食品饮料类品牌想要俘获大学生的心，得先让TA们试一试！

没想到这个看起来平平无奇的饮料居然这么好喝，还有点上头！忍不住囤了一箱在宿舍~

——大学生更在意食品饮料的特性——



*选项平均综合得分 = $(\sum \text{频数} \times \text{权值}) / \text{本题填写人次}$



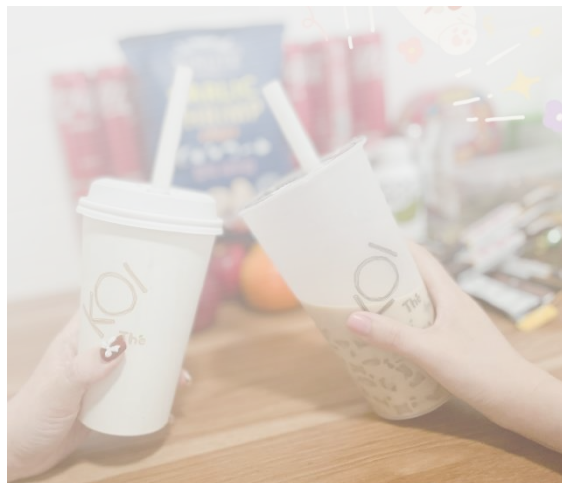
大学生购买零食，最主要的还是看口味
亲身体验后的感受是影响大学生群体购买的最重要因素

在众多食品的特性当中味道依旧是大学生最在意的因素，让同学们先吃上产品，才有机会爱上产品

“

尤其是在人群聚集且注意力集中的宿舍里
同学们最爱一起尝试和分享零食饮料
连普通的汽水都比平时好喝好百倍

在自带美食**分享基因**的**宿舍环境**中
更能**让品牌**在学生群体中**快速扩散传播**



宿舍夜间独特的**封闭性**环境 更有利于**加深品牌产品印象**

1. 大学夜间封闭管理，外卖无法进入宿舍
2. 学校小卖部夜晚闭店时间早
3. 大学生特喜欢在夜晚时刻吃吃喝喝

瞄准TA需求的
宿舍夜间零食场景 **+** 贴合TA偏好的
产品直接触达

双重效应为品牌开拓走进校园的**营销新路径**！

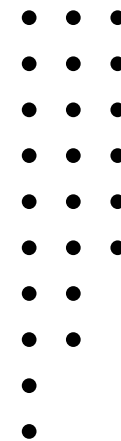




“

针对封闭且集中的**高校环境特性**
融合大学生的**吃货特质**和校园饮食**消费新场景**
超表为各大品牌推出校园触达新概念

”



夜猫小食舍

以全新营销模式助力企业打开大学生市场



打破常规校园派样的 全新触达模式

品牌派样点变身“小食舍” 开到高校宿舍内部！

>> 超表针对大学生群体及校园市场
为品牌推出的全新营销模式；

>> 将品牌产品放入宿舍进行派样
学生成为品牌夜猫小食舍舍长为同学派发产品
只在晚上限定时间派发限时、限量、限品类！

*图片仅为示例参考



宿舍专属的
品牌夜猫小食舍

深入宿舍内部
品牌产品直接触达

晚上开启
营造产品食用氛围

ONLINE玩法 >>

全方位整合超表独家的**校园垂直流量** **多点触达**强力撬动全国千万大学生的关注，为活动高效引流

最懂大学生的超表联动用户夜间时段最高活跃度的站内资源，有效触达号召更多同学关注和参与活动



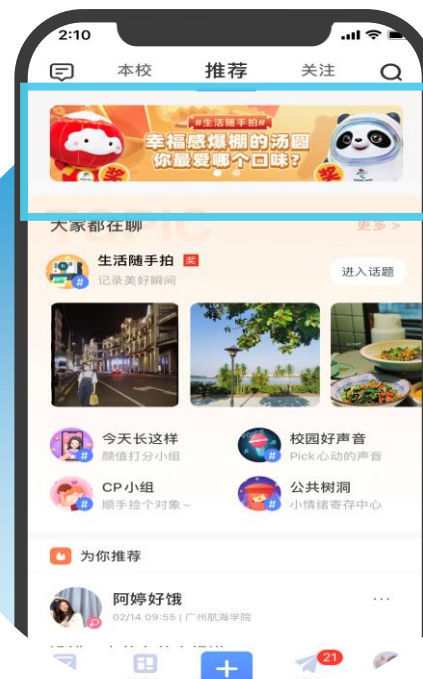
#小纸条推送·全面触达#

大学生最喜欢的夜间闲聊时间
打开小纸条看看有哪些朋友找自己



#本校公告栏·精准触达#

大学生最关心的校内信息
晚上看同校同学今天都干了什么



#下课聊banner·场景触达#

大学生最日常的闲逛行为
晚上无聊了去刷一下同龄人都在发什么帖子

(以上为部分资源示例，具体资源以执行为准)

ONLINE玩法 >>

品牌专属
小食舍

品牌内容
全面曝光

品牌产品
C位呈现



(图片仅为示例参考，具体根据客户情况定制)

融合宿舍夜间零食场景
超表为每个品牌定制专属小食舍
场景化个性化的独特设计
沉浸式展示品牌信息

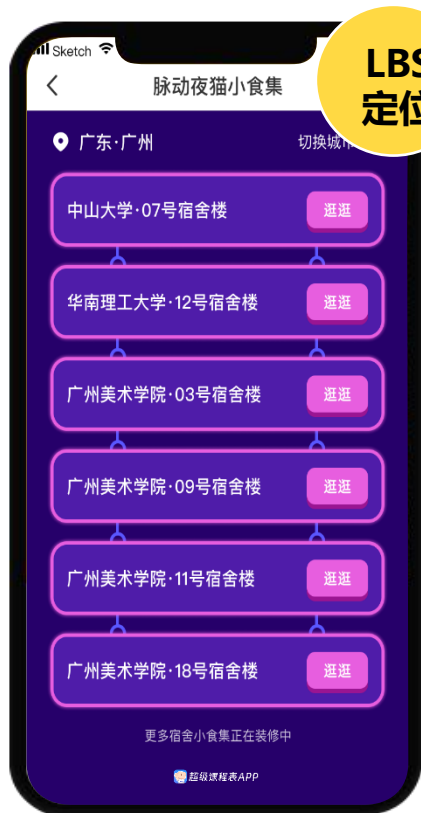
让大学生消费者由被动观看变为主动注意，强化产品记忆

超表首个夜间场景的校园IP，每晚9-11点限时开启 营造满满氛围感激发同学主动参与，前往线下宿舍领取品牌产品

定制品牌深夜小食舍云店互动专区在深夜限时开启，页面设计，产品露出等多维度曝光，引导同学领取后前往；



1、品牌定制深夜小食舍云店上线



2、进入挑选线下的品牌宿舍点



3、挑选喜欢的产品，查看余量



4、获得兑换码引导前往宿舍领取
(具体兑换方式待定，短信/二维码等)

基于超表大数据为品牌制定**校园最优黄金覆盖点** 目标人群标签筛选，产品触达更精准高效

超表与各大高校的学生深度联系，每栋宿舍楼设置一位学生代表
收集不同高校宿舍楼的人群标签，包括性别，专业，年级等
大数据分析为品牌精选最合适的高校宿舍点合作；



超表大数据分析
精选优质高校合作



设置宿舍学生代表
搜集人群标签数据



根据品牌目标人群属性
为品牌筛选最优的宿舍覆盖点落地

ONLINE玩法 >>

线下品牌夜猫小食舍在全国各地的高校宿舍正式开张 有效实现多地同时快速落地，宿舍夜间场景下尝试产品，体验更佳！

把品牌夜猫小食舍开到宿舍内部开展派发领取，每个合作宿舍点都有夜猫小食舍的品牌专属门牌；



更具校园特色的创意物料@宿舍专属的**品牌定制门牌**与**集长身份牌**



>> 在宿舍夜间零食分享氛围下和室友们一起前往领取，一起吃吃喝喝，产品体验感 Up，品牌好感度飙升！



今晚和室友一起
去夜猫小食舍

聚焦宿舍夜间零食场景，贴合大学生日常生活习惯

O2O联动全面打通品牌触达的校园链路

晚上9点无聊打
开超表看到了
夜猫小食舍！

群里看到好像开
了夜猫小食舍，
今晚去看看！

在校道收到传单
说我们宿舍开了
夜猫小食舍！



校园一线传播阵地全面告知



进入逛逛夜猫小食舍领取兑换码



前往宿舍内部的深夜小食舍领取

站内外资源联合宣传曝光
为活动引流

同学进入品牌夜猫小食舍云店
挑选自己所在高校宿舍
领取产品兑换码

凭借兑换码，前往宿舍
小食舍领取品牌产品

—四大项目亮点—

品牌校园触达体验**全面升级**

01

O2O联动 品效合一

传统派样只有线下派发，没有品牌宣传。O2O联动升级既有产品宣传又能保障派发效果



02

趣味互动 深化卖点

不止于派样，更可为品牌定制加入派发互动环节，在派样的过程中深化产品卖点



03

颠覆传统 变被动为主动

通过趣味互动吸引用户主动前往申领产品，比起传统派样的被动式接受，记忆更深刻；



04

场景化体验 精准触达

融合更具校园特色的宿舍美食场景，派样产品体验效果更佳；



整体传播资源

站内外资源联合宣推最大化品牌传播效果 从面到点全方位引爆品牌夜猫小食舍的校园话题

>> 站内品牌创意硬广曝光导流

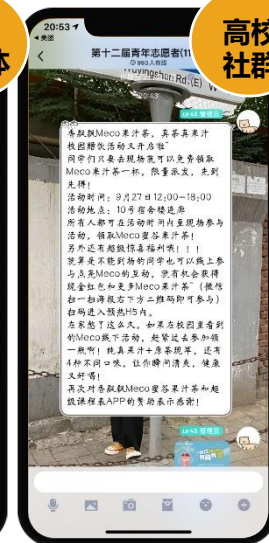


活动期间线上硬广曝光引流
精准定向线下有品牌派样点的校区
(以上为部分资源示例, 具体资源以资源包为准)

站外精准导向目标高校发布活动预热 <<



让夜猫同学们
每晚准点守候
一起开吃开喝



落地高校传单派发+目标高校社群+高校自媒体
全方位联动校内传播资源, 让更多同学了解参与

NO.4

最持久平台项目 21天打卡

合作时间：全年可合作



超表发现@现在的大学生都有点毛病
TA们大多有拖延症、夜猫症、赖床病，懒癌末期.....

BUT!

调查结果显示：

@94.5%的受访者曾因自己的拖延行为感到过后悔

TA们内心明白这些毛病都需要改正——

大学生的真实内心渴望**更自律的生活**
渴望**更高效的人生**，渴望**更优秀的自己**！



想要坚持学习



想要放下手机



想要控制游戏时间



想要戒掉晚睡



根据科学研究表明，一个好习惯的形成需要21天持续重复

21天打卡，为大学生养成一个好习惯！

好玩



有意义

大学生良好行为习惯@早睡/饮食/运动/穿衣/学习等.....



21天打卡是超级课程表运营每年坚持，不间断举行的活动！
活动形式好玩，同学喜欢，有效提升了平台价值和活跃度；

超级课程表熟知同学学习，生活节奏和喜好，在大学时期的TA们，精神状态积极向上，希望做一些正能量，有意义的事情，培养良好的习惯。

21天的坚持，不仅让同学养成一个好习惯；
更形成深刻的品牌印记，塑造品牌的精神力量！



21 DAY



每天打卡行为-持续触及

打造品牌内核力-创造深度交流体验

洞察大学生需求，打造21天的趣味之旅

学习/运动/小确幸/线索收集，结合品牌需求，定制打卡形式更趣味多样



#活动主页#



#打卡成功提示语#



#早起排行榜#



21D

21天打卡 成为最有坚持力的模范生

- a) 以品牌名义发起早起打卡活动;
- b) 总共21天时间，逐步灌输用户对品牌的理念;
- c) 面向全国大学生发出邀请;
- d) 丰厚奖励，吸引更多用户参与;
- e) 以优惠等形式吸引用户转化;



组队打卡
引发社交裂变



产品体验
打造品牌认知



多重激励
延续参与欲望



多方位细节植入
品牌持续触达

机制植入
品牌花式露出

品牌内容植入
潜移默化

品牌奖品植入
好感飙升

分享设置
社交裂变

集结全国大学生能量，以充满仪式感的行为，激发TA们改变

以时间计划结合奖励机制 通过21天打卡实现自律



21天爱上好习惯

重塑大学生精神面貌
并实现产品教育



21天爱上品牌

行动与情感的完美对接，
让大学生精神与品牌精神同频共振；



我们从2018年起开放合作，携手不同品牌已有4年的历史，有趣更有意义！

以同学喜爱的方式打造一个“好玩”的营销方式，同学喜欢，反响特别好，自带传播buff，形成圈层传播效应。



肯德基X21天打卡
吃堡打卡有惊喜



杜蕾斯X21天打卡
音乐打卡挑战

结合知识问答，21天渗透两性知识



MECOX21天打卡
21天音乐早起大挑战

每天早上，让陈伟霆叫醒你吧



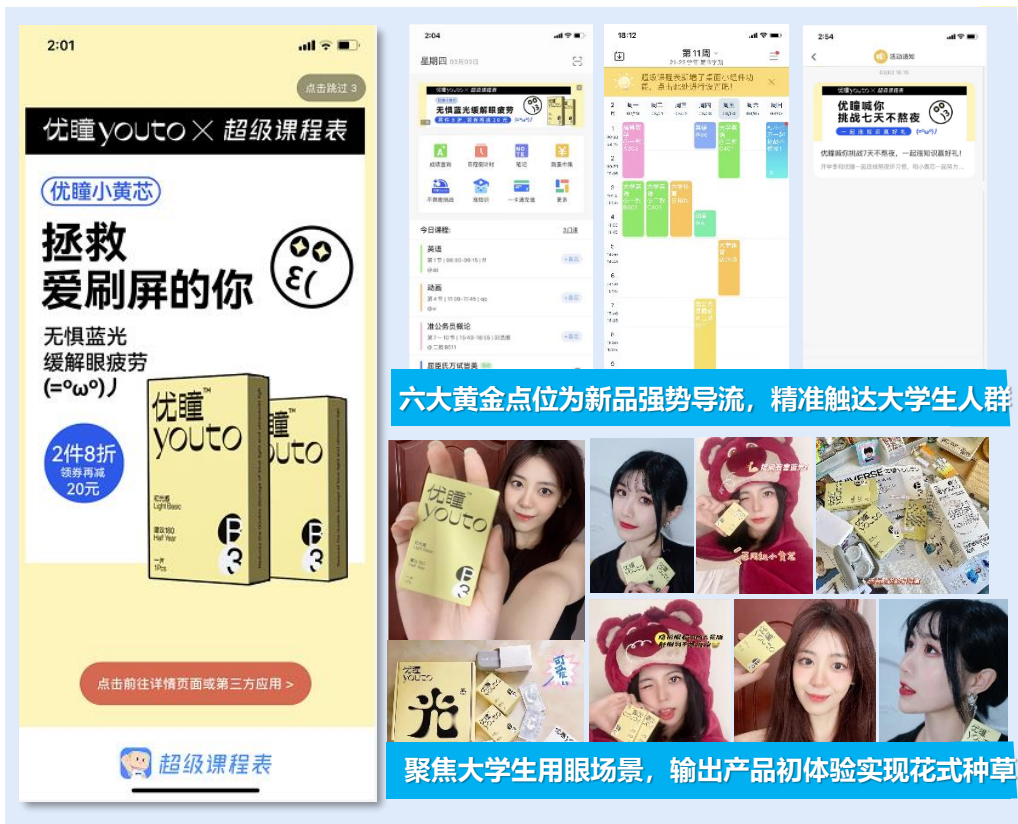
守望先锋X21天打卡
早起打卡之旅

合作案例分享

超级课程表X优瞳隐形眼镜·聚焦校园场景具象化品牌沟通点

优瞳·七天不熬夜打卡，开学季传递小黄芯防蓝光护眼新方式

超表携手优瞳针对新品小黄芯打造七天不熬夜打卡挑战，科普互动+红人分享花式内容传递优瞳护眼防蓝光的品牌理念



全国85.7%在校大学生都在使用的高校APP

Power by: 超级课程表



THANK YOU