



互动营销 | 获取与激活

胖哒酱君 肉酱料理 2022-2023年 线上营销方案





互联网内容营销 | 品牌营销数字化 | 私域运营转化增益

线上营销 从 **蓄水/激活** 到 **流量转化**

基于全新品牌上线，初期借主流平台吸纳流量，后期转化流量成为私域，稳定用户储量



线上营销逻辑

肉 酱 料 理



基于目标客群定位【内容发布+互动营销】双向赋能与胖哒酱君

流量获取 公域 → 互动营销 激活 → 流量转化 驱动 → 赋能门店

以外卖平台与社交类型平台为主激活线上运营，推进用户增长和流量转化



建立线上流量赋能蓄水/激活

胖哒酱君 肉酱料理 2022-2023年 线上营销



目录

Contents

创造惊喜，超越期待

01 / 内容运营 02 / 平台推动 03 互动营销

平台营销，要拒绝被平台驯化，更要随用户进化



01

As for as I can

内容运营

消费者洞察

聚人内容制造



消费者洞察

即时享受 说干就干

肉 酱 料 理



年轻一辈 元气文化 天天向丧

抱紧的90后

斜杠青年 中二病 潮

脑洞系

怀旧

宅 混圈

炫耀爱好者 甩Q扩列

下凡的00后



核心洞察 定义人群



#肉酱青年#

**“及时行乐，不负自我的生活态度
但同时又压力满满，精打细算。”**

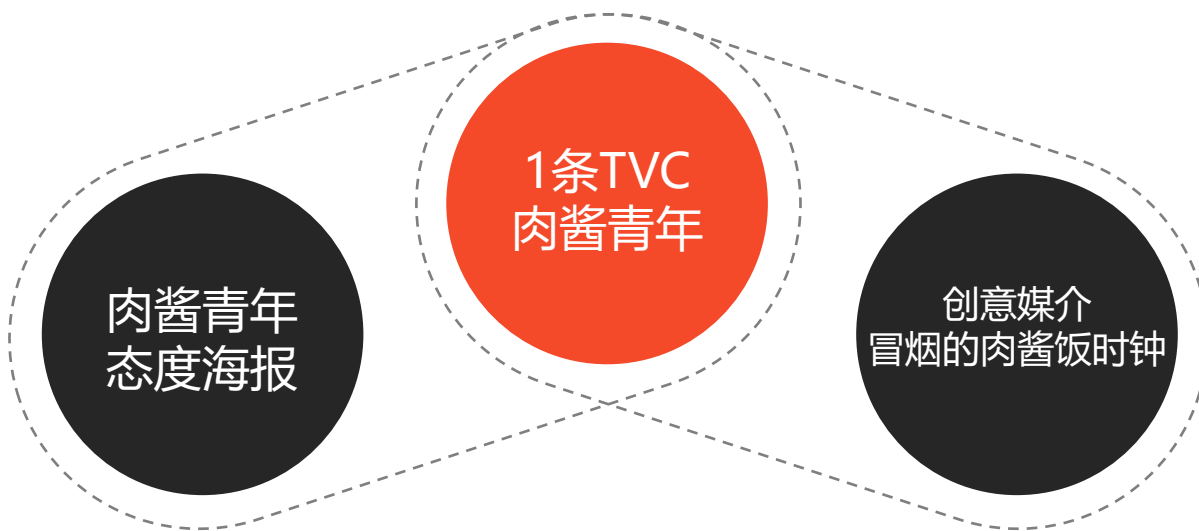


聚人



#肉酱青年 就酱吃 才过瘾# 标榜态度

定义人群——“肉酱青年”，标榜“天生不酱就”的态度，输出品牌态度，圈定相同价值观人群，玩到一起。





态度海报 #肉酱青年#

不 将 就 更 凌 尚

。凌尚——满足你对中级车的所有想象。



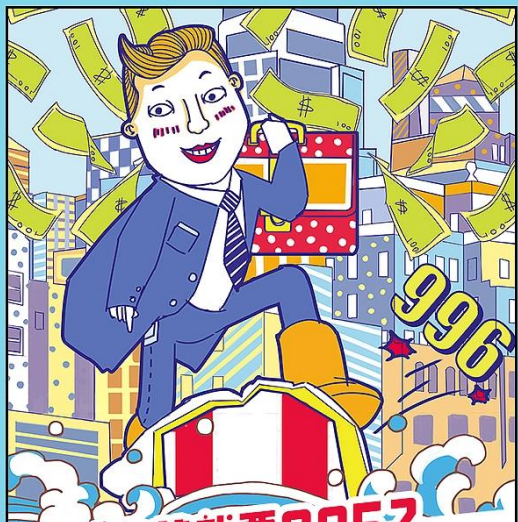
谁说结婚只看物质条件？

爱情和面包缺一不可
婚姻不将就，幸福更凌尚



不 将 就 更 凌 尚

。凌尚——满足你对中级车的所有想象。



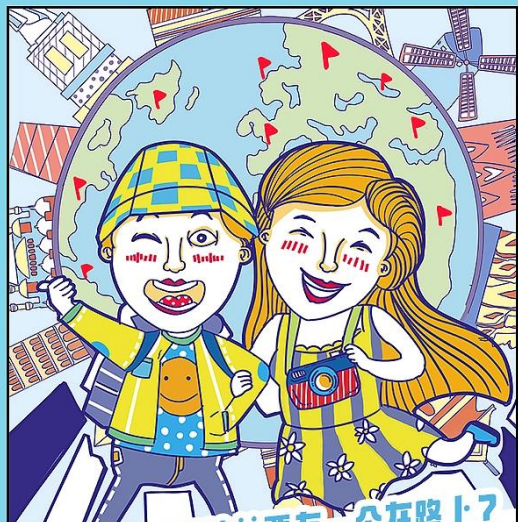
谁说高薪就要996？

工作不仅向钱看，更要向前看
工作不将就，事业更凌尚



不 将 就 更 凌 尚

。凌尚——满足你对中级车的所有想象。



谁说身体和灵魂总有一个在路上？

只有身体和灵魂同在，才算真的去过
旅途不将就，人生更凌尚



不 将 就 更 凌 尚

。凌尚——满足你对中级车的所有想象。



谁说梦想一定要为现实让路？

带着梦想才能在现实里走的更远
梦想不将就，未来更凌尚





TVC #肉酱青年#





创意媒介 #冒烟的肉酱时钟#





流量逻辑 内容逻辑



以数据理解用户需求，以内容影响用户习惯，全生活场景资源体系

数据 · 内容 · 场景

有价值的内容

有态度的用户

有意义的营销

链接

胖哒酱君



02

As for as I can

平台推动

外卖类平台

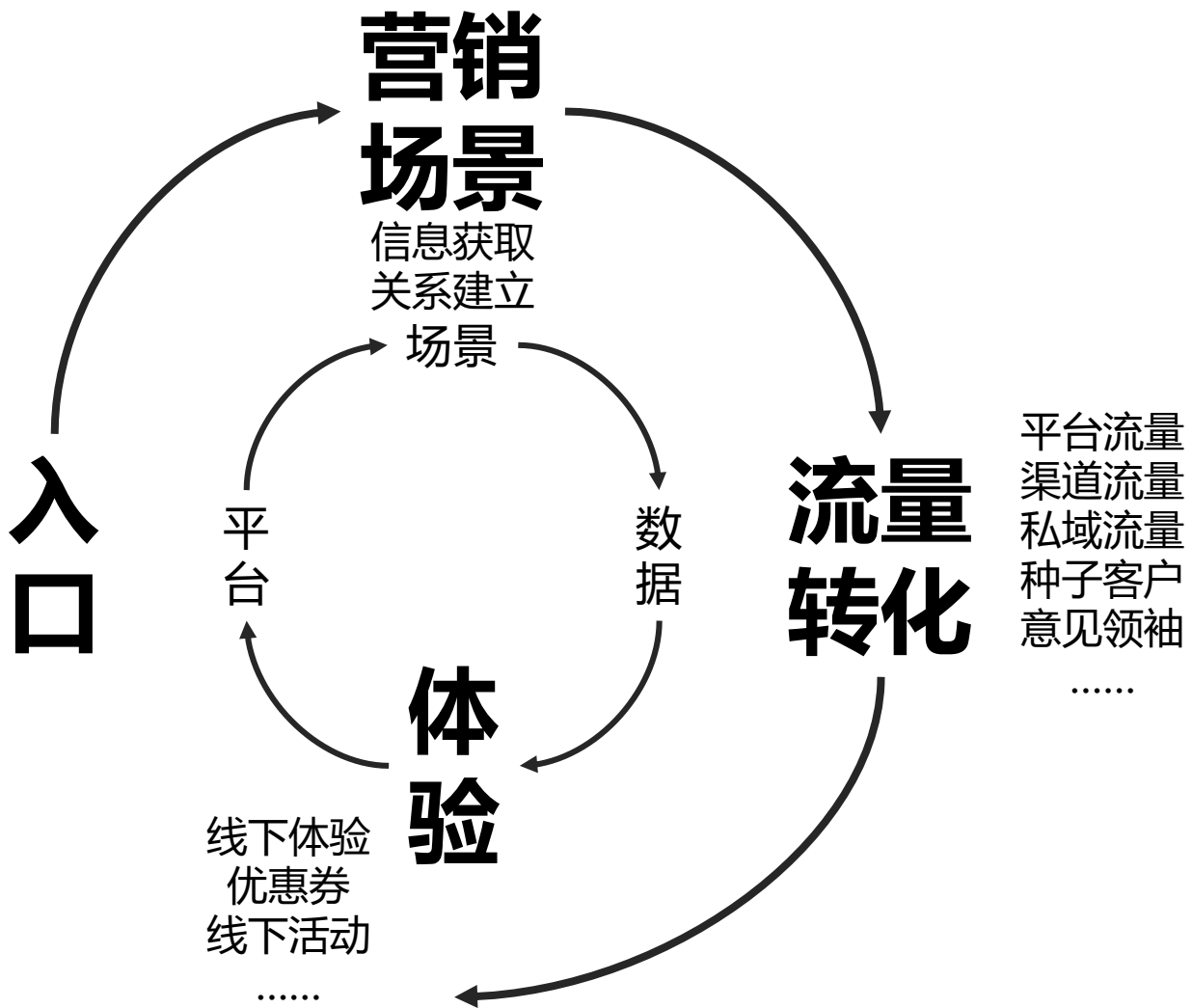
点评类平台

社交类平台



线上平台运营

肉 醬 料 理



价值属性
裂变机制

触达-获取-转化-交易-数据-链接



020营销体系流量池蓄水与激活



产品属性认知

功能性|以需求驱动交互



天生不酱就

感知力|深入生活场景中

私域流量池 用户养成

印象养成
seeding

互动养成
Resonance

习惯养成
Conversion

从公域流量到私域厚度 从私域厚度到私域产权

什么是产权呢？ 无坑位费/无佣金，自主搭建、自由控制、反复触达！



流量获取 激活转化



1

流量获取
持续拉新蓄水

公域流量获取/私域流量拉升

2

粉丝激活
强理念植入激活

用户从弱链接到强关系转化

3

转化发力
点评达人/分享达人

实效性内容链接用户转化

4

赋能线下
用户到店尝试

线上赋能线下的实体转化



流量获取



公域平台强有效的流量入口



不只单纯的上架平台产品!

如何在众多选品中脱颖而出, 才能将平台有效利用! 排名决定了曝光的机会, 有好的排名才能有更多的流量, 才有可能产生更多的订单。



线上排名: 9
曝光人数: 18万
访问转化: 9%
下单转化: 29%
订单量: 4800
交易额: 16万



线上排名: 45
曝光人数: 3.5万
访问转化: 9%
下单转化: 29%
订单量: 880
交易额: 3万



流量获取



除了被动使用各平台的**推流置顶套餐外**，我们自身如何能**精准/自由**的

把控平台流量呢？玩转平台用户匹配机制那就是**销量与评分**！刷量刷分必不可少.....且简单有效.....



刷单节奏安排

第一天	第二天	第三天	第四天	第五天	第六天	
20单	20单	40单	40单	50单	30单	

起号初期尽量不要一下子刷很多单，避免平台机制检测，从小量开始稳步提升刷单的数量，并结合销售情况增减刷量，刷单将注意周末及工作日情况，合理安排数量。

刷单兼顾评价与分值，设计评价文字脚本，结合评分和晒图，真实的将店铺推上热门。

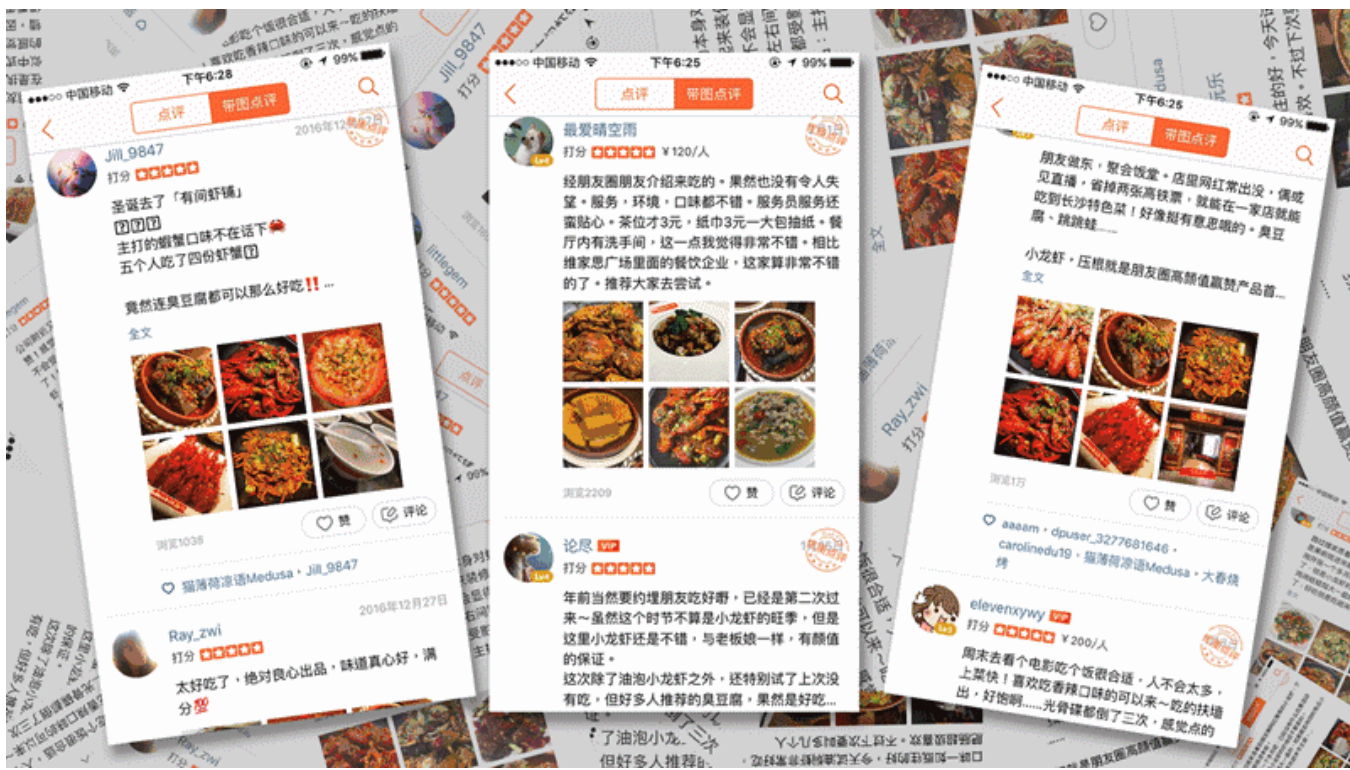


流量获取



质量点评文章，增强公信力及宣传。

邀请各平台美食达人做优质点评，撰写用餐体验及产品体验优质评价，通过高





抖音成为多品牌推广及引流王



截至2022年9月，抖音日活跃用户数已突破3.2亿，月活跃用户数突破5亿。

随着“抖音网红打卡”、“抖音同款”蜂蜜各个圈层群体及地区，众多抖音用户看重抖音爆品，“抖音同款”成众多品牌及地域新晋“品牌推广及引流王”。



5亿 MAU

国内月活用户突破5亿



3.2亿 DAU

国内日活用户突破2.5亿



1.5亿 MAU

海外月活用户超过1.5亿

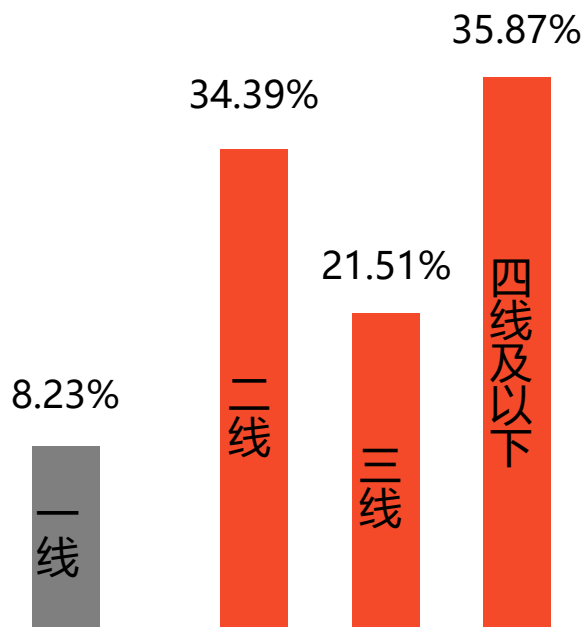
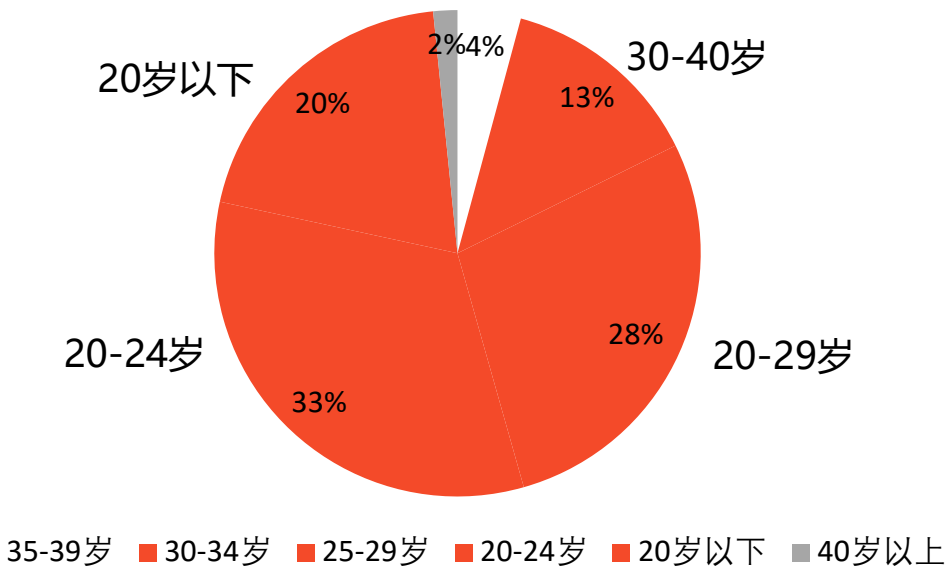


潜力用户流量空间大



百度“下滑”、微信“克制”，抖音成为品牌和企业推广引流必经之地。2019年2月，华经产业研究院发布的《2019-2025年中国短视频市场供需预测及骰子战略研究咨询报告》显示，抖音平台聚集了**20-39岁为主的年轻用户群体**，90%以上人群分布在**二三四五线城市**，这些人群是品牌类企业引流**未来最有潜力的增长市场**。

抖音用户年龄分布



抖音用户城市分布



抖音流量推荐机制



抖音的流量推荐，是一个“去中心化”的算法机制，也是抖音核心竞争力之一。这种算法成就了“全民造星的时代”，“路人变超级网红”成为了可能！首先视频上传或拍摄完成后，是进行机器审核，接下来推荐流量测试，通过互动率情况，给视频或账号打上标签或权重，再计算下一步流量池推荐，后期再人工干预深挖优质内容，账号权重越高互动率越高的视频讲越能获得更多流量。





发有期待的视频内容



做有期待感的视频

虽然短视频只有15秒，单真正决定生死的是开头那5秒、3秒，甚至1秒。

怎么在眨眼间抓住用户的注意力？

1) 音乐期待 – 用音乐情绪制造悬念

BGM是爆款视频的关键要素。音乐制造悬念分两种，一是音乐类型对应不同情绪，比如欢快的，舒缓的，诙谐的.....另一种是某位达人带火的音乐直接对应某种类型的视频，比如《attention》对应的舞蹈。

2) 人物期待 – 出境即巅峰

好看和新奇能最大限度直接刺激用户的心理预期，比如观感上“好看”的人物，名气上有知名度的人物，造型上超出日常认知的人物.....

3) 视觉期待 – 爱美之心人皆有之

罕见的视觉、崭新的视角、意外的场景、强反差的组合形式，用“新”和“美”两大要素枸杞用户的好奇心，产生看下去的动机。



发有期待的视频内容



变着法让用户觉得：

有用

好玩

新鲜

有价值

4) 开门见山式期待 – 有趣的灵魂与有用的主题

只要抛出的主题足够有趣或与用户洞察足够相关，就能触及用户的好奇心与求知欲，让用户有欲望了解详情。通过设置封面，开头抛出问题和利益点，直接抓住用户的好奇心理。

5) 身份期待 – 代入感自带共鸣属性

视频开始时提到受众人群的身份标签（地域、职业、爱好等），或共同关注的话题，就能成功引起观众的兴趣。

6) 文案期待 – 把上述方式植入文字

厉害的文案往往时爆款的点睛之笔，精华提炼、设置悬念、亮点预告、真实动情等方式，让用户刷到画面时配合文案，不知不觉看完一条视频。



粉丝激活



本土安排KOCKOL针对#肉酱青年#进行拍摄脚本设计，并在视频中穿插试营业活动信息，让更多的线上流量了解到品牌及试营业活动。（制造#肉酱青年#话题，KOLKOC跟进话题，将流量导向话题，话题流量导向官方抖音号）



KOCKOL内容+话题



官方号发布内容带上#肉酱青年#话题

官方抖音号



吸引而来的粉丝，通过优惠信息激活粉丝到店

活动信息发布



	数量	周期	时间间隔	内容话题		内容话题		共人数
KOL	5	2	15天	第一波	#肉酱青年#	第二波	#天生不酱就#	10
KOC	30	2	15天	第一波	#肉酱青年#	第二波	#天生不酱就#	60

第一波

塑造人群文化

深受潮人、有个性的人、爱体验爱分享的人喜爱的产品

第二波

塑造企业文化

一群不将就不凑合的人做肉酱饭， 只为做1碗好饭



转化发力 种草-决策-拔草

肉 醬 料 理



用户之间以真实分享相互影响



超1亿 月度活跃用户 3000万 KOC

50%

一二线城市用户

70%

用户为90后

分享者

100万+
新品相关笔记

200万+
试用评测笔记

关注者

80亿+
每日笔记曝光

3万+
每日TAG品牌次数



小红书的决策时刻是用户消费链路上的关键一环





小红书KOC种草

肉 醬 料 理

	数量	周期	内容话题	共人数
KOC	30	1	探店种草	60

企业号发布活动

KOL笔记响应

内容持续聚合





03

As for as I can

互动营销

未来规划



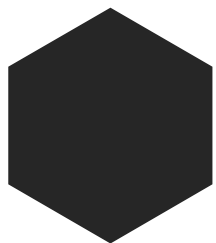
2023年度线上互动营销



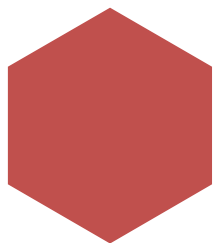
常态用户激活与转化

线上有声音 | 线下有承应 | 传播有目标

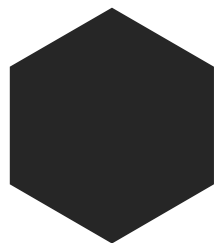
多元形式组合拳



线上活动
线下兑换



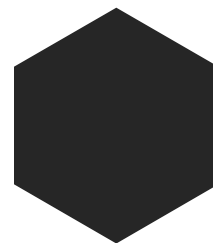
店铺周边
用户转化



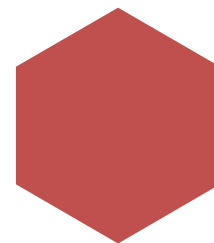
产品推广
线下体验



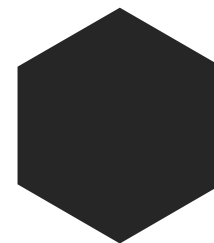
线下活动
线上裂变



公域渠道
流量获取



社群扩客
到访有礼



.....



2022年度试营业互动营销排期预设



1、饿了么/美团/
大众点评/抖音本
地生活上架店铺。

11.26-11.27

11.28-12.31

- 1、购买各平台推流置顶套餐。
2. 设置店铺活动，铺排优质点评及刷单。
3. 铺排KOC/KOL推广种草，释放品牌态度及试营业活动内容。

肉酱料理

11月28日-12月5日

试营业

MASTER PANDA

9.9 原价:17.8

进店优惠

试营业期间招牌肉酱饭仅9.9元

全场肉酱饭满15元减5元

全场肉酱饭满20元减8元

11月28日 12月5日

厦门市思明区厦禾路 1122-56号 (假日商城)

试营业充值活动

(注: 1.充值卡一经充值即生效, 充值卡仅限本店使用, 恕不退现。)

试营业

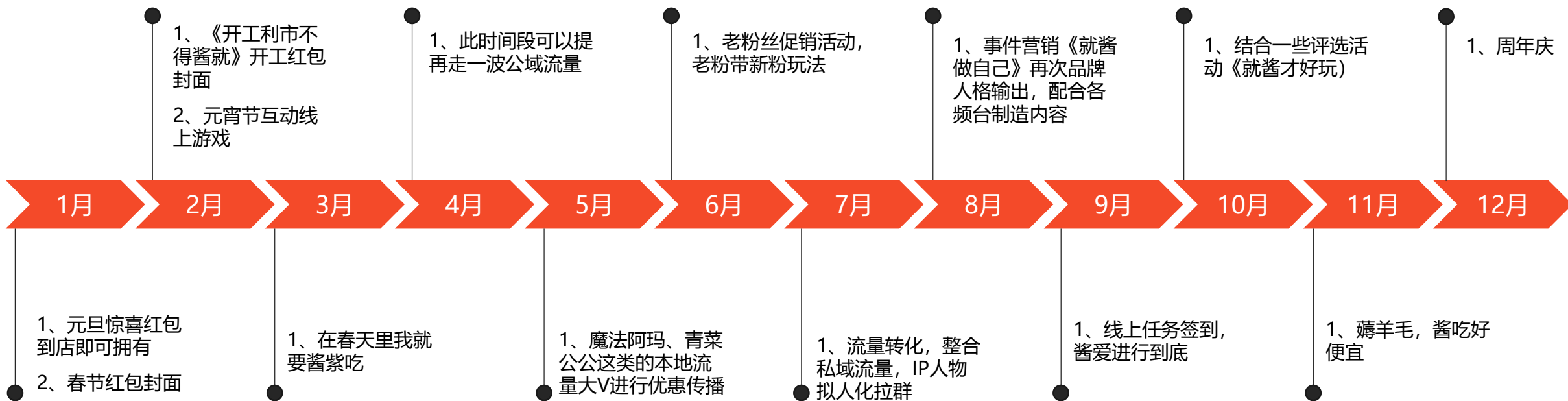
预存100送20

预存200送50

预存500送120



2023年度互动营销排期预设



胖啾酱居

MASTER PANDA X BRAISED PORK RICE



THANK YOU

