

德克士

「新年炸到 万事德意」

营销推广

推广周期：2024年2月9日-2024年3月18日

全案概括：

面对激烈的快餐市场竞争，德克士于2024年春节期间推出升级版会员年卡，并创新性地与美的空炸锅联名，以有限的营销预算提升品牌影响力。该活动通过线上线下整合营销策略，成功收获8000万+曝光量和11万+互动量，下单转化率达到6.75%，新会员转化10%+，显著提升了德克士品牌认知度和消费者参与度。联名款年卡获得了良好的市场口碑，消费者对产品利益点展现出高度兴趣，最终实现了会员数量和销售额的增长，为新年营销注入了新的活力。

PART 1

营销背景与目标

营销背景与目标



德克士2024年升级会员年卡，并于春节期间推出与美的空炸锅的联名款。

建立消费者对空炸年卡的认知

线上社交平台实现大量曝光

巩固尊享会员心智，吸引潜力用户

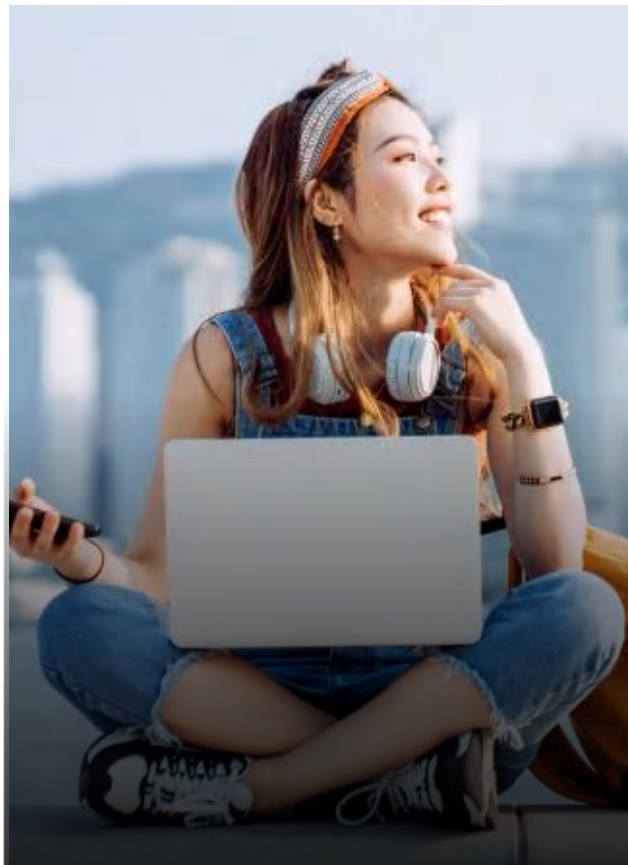
PART 2

营销策略与创意

营销洞察

核心受众

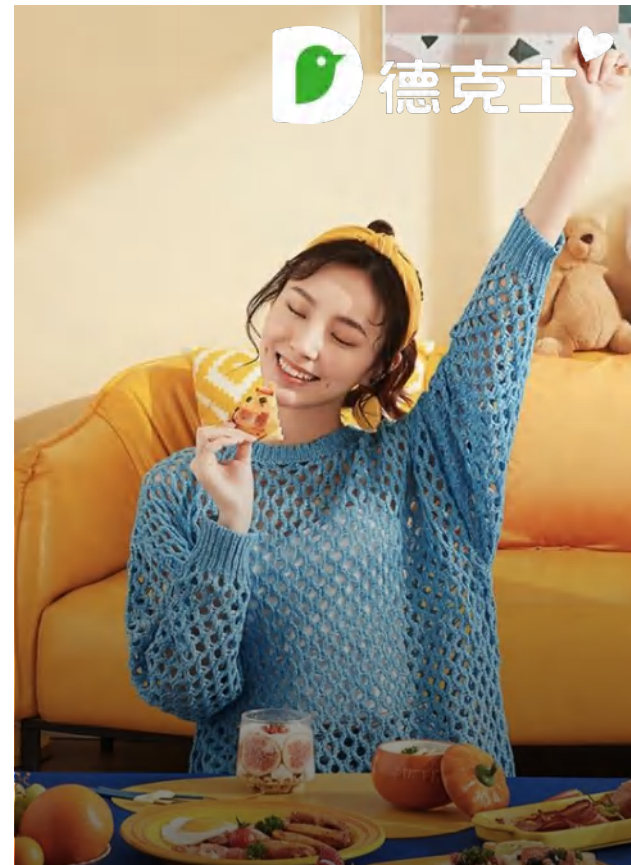
品牌现有核心人群
+
潜在人群
+
小厨电人群



学生族



新手妈妈



职场新人
精致懒宅

产品卖点梳理

物超所值



¥264免费产品券

+

¥399空炸锅

单品7.5折、¥275满减券等5大权益

受众需求

性价比 + 悦己

极致性价比不再是 TA 唯一的追求

营销策略

聚焦新年**场景**，挖掘产品**卖点**，触达三类核心**受众**

1

精准触达

针对老客和精准潜客：
突出性价比，与核心受众短链路沟通加速空炸卡转化。

空炸卡 营销策略

2

铺量种草

针对新客与年轻潜客：
集中铺量种草，获得最大曝光与话题度，提升空炸卡认知。

性价比+悦己

营销创意

CORE IDEA

2024, 甲子龙辰

一入新春 禧悦龙辰

欣然「炸」到 万事「德」意

新春炸到 万事德意

创意海报

CNY创意海报

思念的不仅是家的味道，也是妈妈的味道

2024.02.11
初二/回娘家

购尊享空炸卡 得双重回本礼

**新春炸到
万事德意**

DeXin's
德克士

只要**258元**
畅享空炸年卡

德克士炸鸡，是无数人记忆中的年味。值此新春佳节，德克士特别推出空炸卡，让您在忙碌的节日里，也能轻松享受美味炸鸡。空炸卡包含100元空炸额度，有效期内可多次使用。此外，购买空炸卡还可获赠价值258元的“新春炸到”大礼包，内含多款限定炸鸡套餐。数量有限，送完即止。快来抢购吧！

[illegible]

CNY创意海报

[illegible]



年味儿，
是到处弥漫着笑声的人间烟火味儿

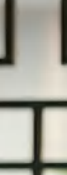
2024.02.09
除夕/团圆夜

购尊享空炸卡 得双重回本礼

**新春炸到
万事德意**



只需**258元**
畅享空炸年卡



购尊享空炸年卡，连续两年尊享空炸年夜饭一餐。畅享空炸年夜饭7天APP虚拟空炸卡会员权益，可享空炸卡10元。享2000空炸卡权益。本款空炸卡权益有效期至2024年12月31日。2024年12月31日权益额度为下一年度尊享权益。权益详情及规则使用条款、福利、售后服务以空炸卡权益说明公示页或尊享空炸卡官方APP“福利”。

PART 3

传播执行

4 场景

聚焦新年场景

1 产品

挖掘产品卖点

传播策略

2 人群

寻找三类人群

3 沟通

真实场景出发，沟通对的内容

1 挖掘产品卖点 聚焦新年场景



双重回本

性价比+悦己

双重
回本

物超
所值

聚焦新年场景

¥264免费产品券

+

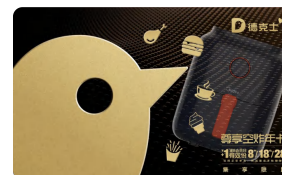
¥399空炸锅

单品7.5折、¥275满减券等5大权益

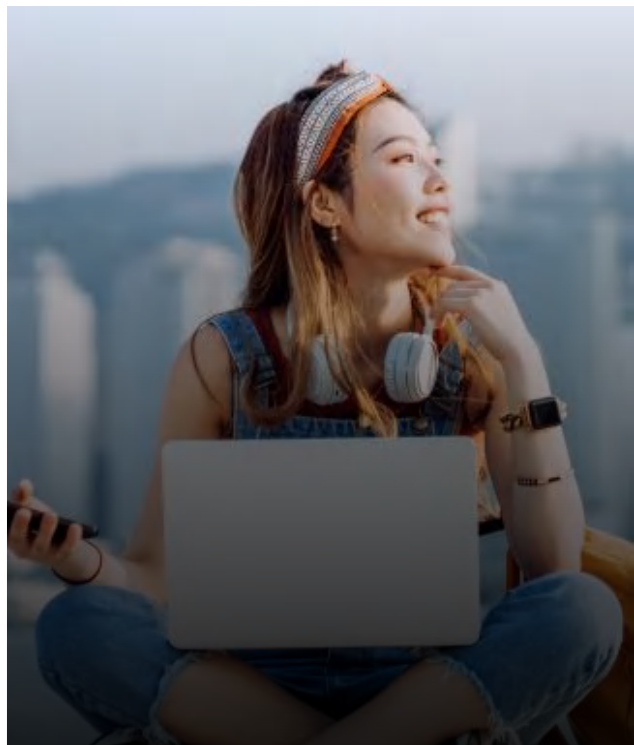
新年送礼

年夜饭

薅羊毛



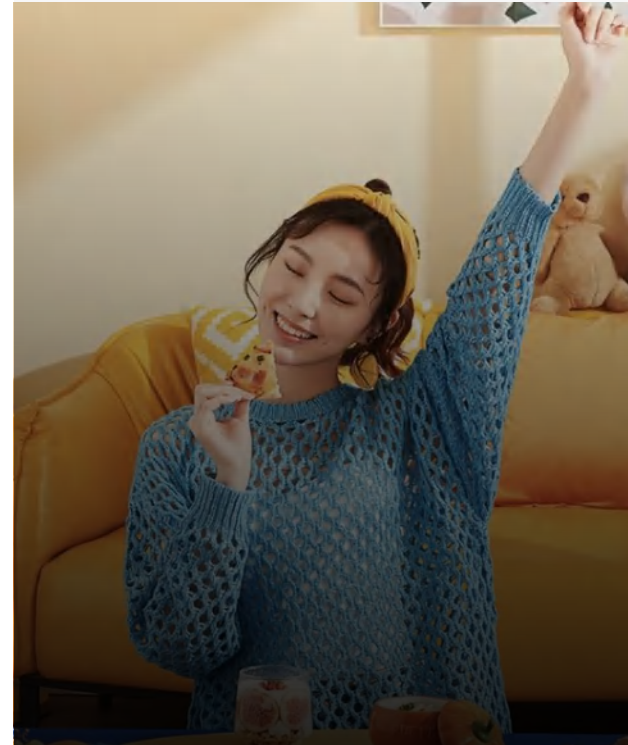
2 定位三类人群



学生族



新手妈妈



职场新人
精致懒宅

3 真实场景出发，沟通对的内容



1. 新年送礼指南

以个人角度阐述过年送礼困扰，发现德克士空炸卡送礼的好选择，一半送给TA，一半留给自己

2. 开锅/薅羊毛

展示购买德克士空炸卡可以得到的所有产品和利益点，重点突出划算，立享双重回本

3. 年夜饭整活儿

结合年三十年夜饭的热点，用购卡送的空气炸锅做一顿年夜饭，软性带出德克士空炸卡活动

传播平台选择



精准曝光
短链转化

精准投放

- 朋友圈投放-竞价广告

35%

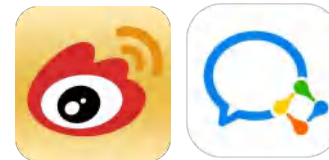


铺量种草
口碑建立

种草+转化

- 本地美食KOL探店
- 万粉素人铺量种草
- KOC素材二创

65%



主动传达
私域互动

传达+引流

- 微博Social海报
- 社群海报转发
- 线上APP/小程序物料同步

线上

点餐小程序

APP

会员商城

线下

门店

#新春炸到 万事得意

传播阶段		1.29--2.8 I #预热#	2.9-2.15 II #爆发#		2.16-3.18 III #延续#
目的		官宣预热	精准触达、集中曝光、提升认知、快速转化		长尾效应，持续种草
品牌官方	微博	SOCIAL创意海报官宣与话题互动			
	社群	SOCIAL海报年味儿海报 话题互动引流			
	门店	抖音 视频号配合年味儿海报官宣转发		抖音 视频号实景探底店图文+视频UGC	
APP/小程序		配合物料露出与投放广告的承接转化			
公域投放	小红书	2.9-2.15 #新年送礼# #开箱/薅羊毛# #年夜饭整活儿# KOC 原创图文+视频+二创图文			3.1-3.18 #开箱/薅羊毛# KOL达人种草 KOC 原创图文+视频
	微信朋友圈	2.7-2.9 朋友圈投放测试		2.10-2.18 朋友圈广告精准放量	

品牌官宣+私域互动

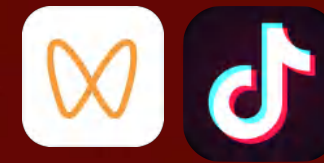
微博年味儿Social海报



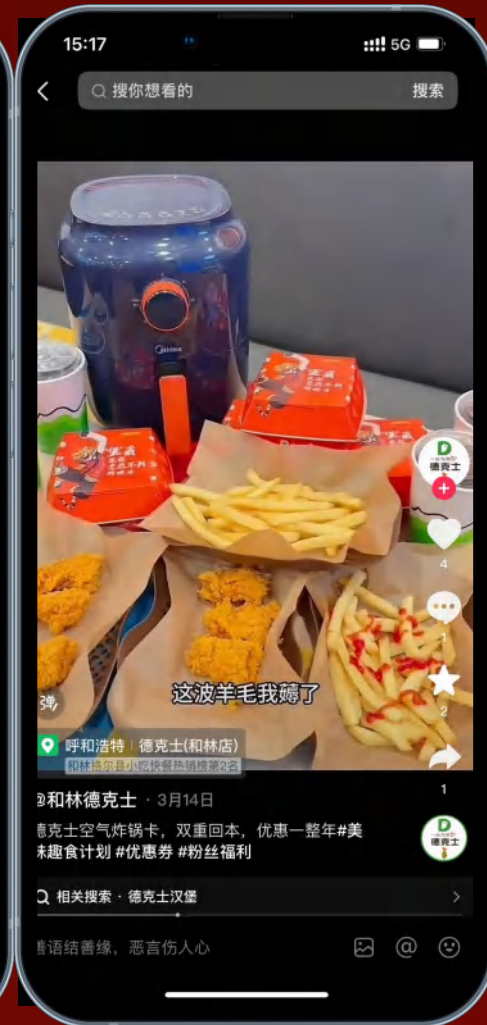
社群年味儿Social海报



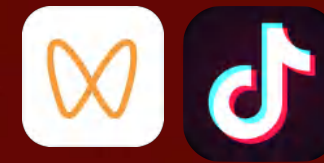
门店抖音号/视频号



预热期 配合年味儿海报官宣
爆发期 实景探店视频发布



门店抖音号/视频号



预热期 配合年味儿海报官宣
爆发期 实景探店视频发布



小红书投放推广

阶段一：105篇笔记**聚焦新年场景**



性

价

比

+

悦

己

新年送礼指南

#开锅/薅羊毛

#年夜饭整活儿

心意表达



双重回本



年味儿记忆



阶段二：优化投放周期，**聚焦性价比**



性 **价** **比** + **悦** **己**

#开锅/薅羊毛# 重点展示双重回本 免费送等内容

双重回本



薅羊毛



极致性价比



KOC 视频笔记



KOC 原创图文笔记

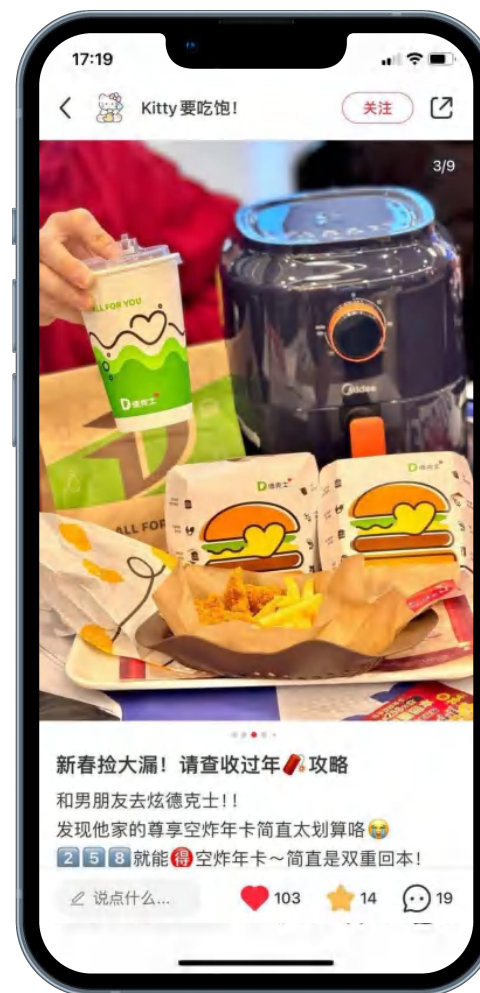
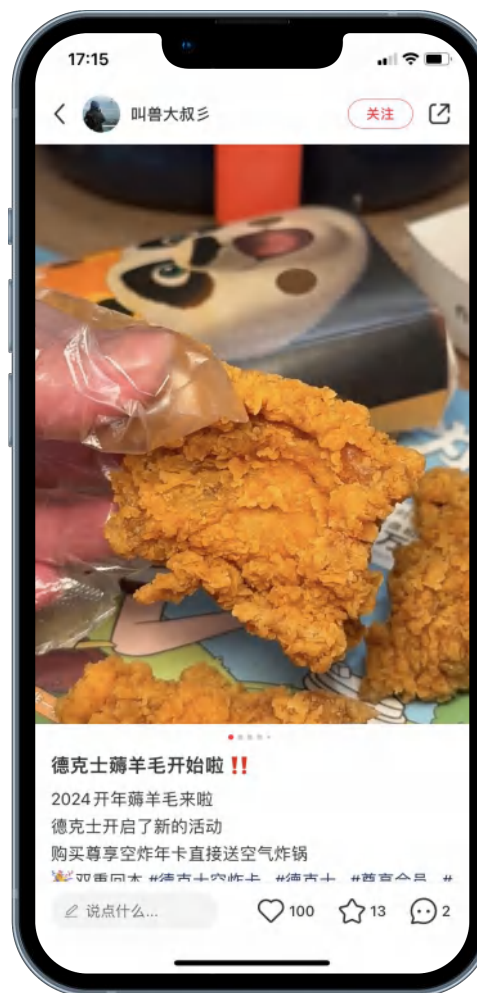
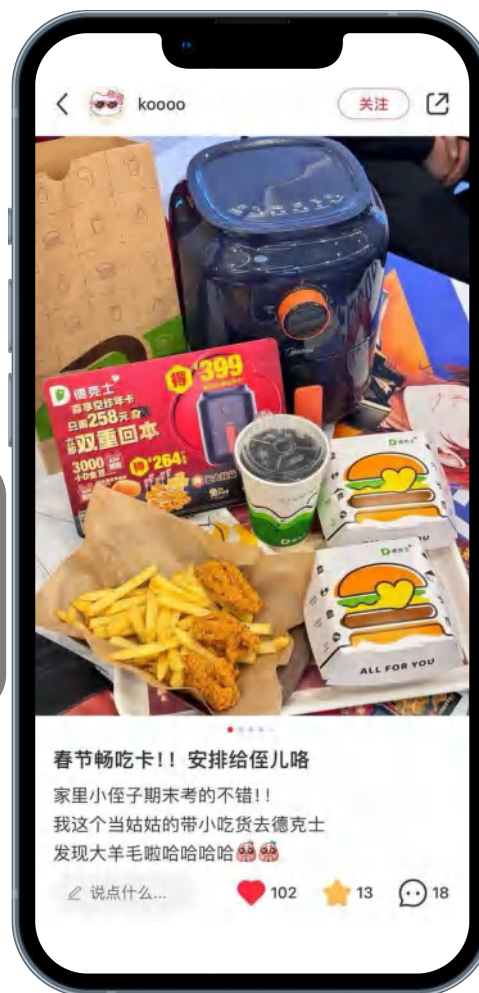


小红书

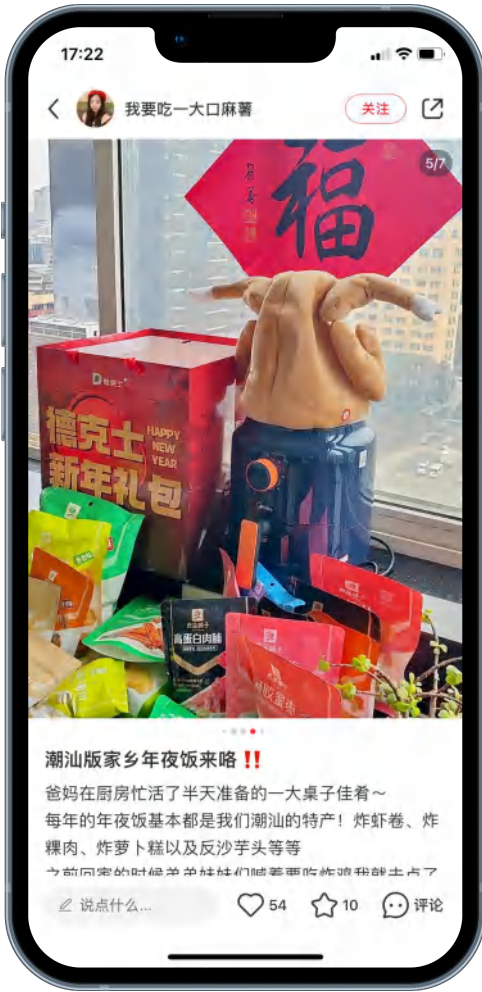
赞藏: 117

评论: 19

亮点: 通过新春捡大漏标题吸睛, 勾起用户好奇心



KOC二创图文笔记



KOL 达人视频笔记



笔记方向：薅羊毛

笔记形式：视频

爆文：点赞数 3318，收藏 884，评论86，互动率 4.63%



🔍 小吃摊互动

🔍 挑战一天吃啥

🔍 宅家吃播

🔍 小学门口美食

🔍 亲子美食日记

🔍 空炸锅美食

3月 KOC 视频笔记



KOC视频爆文

赞藏: 194
评论: 24
亮点: 以去德克士薅羊毛为主题吸引用户点击, 视频突出免费券

Wei倾心 关注

德克士羊毛我先薅为敬 1 开卡立得264元免费产品券有 椒香脆皮鸡腿堡*2经典... 展开全文

141 53 2

糖炒菠萝蜜 关注

德克士你是有多想不开,买就送空气炸锅?! #德克士空炸卡 #沈阳美食 #德克... 展开全文

113 45 2

李小面 关注

全国的朋友注意了! 本人已经领到开卡送空气炸锅德克士! 没错! 德克士! 新活动来... 展开全文

125 35 16

尊享空炸年卡 5大权益, 真的超值

天天9.9 立即开卡

尊享空炸年卡 ¥258 立即开卡

尊享年卡 ¥128 立即开卡

柠香蛋沙拉脆皮鸡腿堡特惠 ¥9.9

手泥晴空 关注

家人们都去领免费的空气炸锅了吗? 德克士送空气炸锅啦! 这个羊毛大家薅了吗... 展开全文

120 31 1

3月 KOC原创图文笔记



林小溪

关注

1/9

KOC笔记爆文

赞藏: 269

评论: 11

亮点: 以薅羊毛的快乐为主题吸引用户点击, 用趣味梗提高用户互动

薅羊毛的快乐到底是谁还不想收到啊! ?

中国人不骗中国人! 德克士尊享空炸年卡真的就是为我这种爱吃又想省钱的我准备的 !!

还不会薅羊毛的姐妹直接跟着我一块薅就完事儿

说点什么...

193

76

11

晚来天欲雪

德克士(广得大福店)

关注

1/11

德克士的新羊毛? 快冲!!

#德克士空炸卡 #

编辑于 03-18 天津

说点什么...

106

27

14

陆小离

德克士(花果山店)

关注

1/7

德克士真有自己的! 年卡用户报道

前两天去吃德克士了, 正好去年的卡要过期了

今年的德克士尊享空炸年卡,

不仅优惠Q了, 还有“空气炸锅”

开卡就可以拥有, 不要太划算!!

#薅羊毛 #德克士空炸卡

编辑于 03-19 贵州

说点什么...

103

31

12

秋阳

关注

1/7

德克士新年羊毛赶紧薅!

吃个炸鸡薯条竟然可以get空气炸锅

只要拥有258zun享空炸年卡就可以啦

#德克士空炸卡 #年夜饭整活 #新年送礼

说点什么...

42

11

6

微信朋友圈投放

朋友圈投放内容和形式



时间：2月7日-2月18日（12天）

购空炸年卡 双重回本

链路：跳转小程序



标签卡片式



常规多图式

投放策略：聚焦老客，以“0元”“免费”刺激老客快速转化，用突出数字的方式限时撬动潜在新客



投放人群

- ① 品牌人群数据
- ② 根据品牌原有消费人群拓展相似人群
- ③ 历史广告互动人群
- ④ 相关关键词人群
- ⑤ 根据广告转化人群再次拓展相似人群



人群特征

- ① 男女通投，女性为主，19-35岁
- ② 年轻职场人、新手妈妈、学生
- ③ 薅羊毛、快餐爱好者、炸鸡高意向用户
- ④ 二线和新一线城市为主要投放地区
德州、连云港、济南、哈尔滨、沈阳、长治、介休、成都、重庆、乐山、昆明、贵阳、文山、天津、北京、石家庄、郑州、长沙



德克士



双重好礼 共贺新春

264元免费产品券+免费空气炸锅
数量有限，先到先得！



德克士



双重好礼 共贺新春

264元免费产品券+免费空气炸锅
数量有限，先到先得！



德克士

朋友圈广告

新春炸到，万事德意
龙年有鸿运，立即双重回本！
20张免费产品券，真的吃到爽~



领取优惠



德克士



双重好礼 共贺新春

264元免费产品券+免费空气炸锅
数量有限，先到先得！



德克士



新春炸到，万事德意

这泼天的富贵终于轮到我了！
美的空气炸锅免费领，速来！



德克士

广告

新春炸到，万事德意
龙年有鸿运，立即双重回本！
20张免费产品券，真的吃到爽~



领取优惠

小程序/APP 推广与承接转化



小程序承接微信朋友圈推广短链路转化 APP获得门店和社群私域引流



PART 4

数据总结

营销效果

传播效果

本次项目总**曝光8000W+**，
总互动11W+。

小红书曝光**564W+**，笔记
平均阅读量**5200**，互动过
百率48.8%，

朋友圈曝光5531W，**总互
动32.2W+**，**点击 8.1W+**
新用户**转化率 12%**，**下单
转化率 6.75%**

项目**总达成率193%**。

品牌效果

- 德克士&空气炸锅&空炸卡等**关键词指数突破上涨**，消费者已建立基础认知。
- 投放期间互动量明显提升，**且投放后长尾效应持续稳定曝光**。笔记被相关关键词主动收录并排名靠前。

产品效果

产品整体**口碑非常好**
观众对于产品利益点兴趣和互动率较高。

长期效应：品牌放大年轻会员池，带动销量稳步提升，实现私域长期稳定增粉。

小红书投放数据总结



总阅读量

1,129,800+

总曝光量

5,648,930

总互动量

22,608

2023-12-01至2024-04-15种草笔记总数 1701 篇, 包含 36 篇爆文 [爆文标准](#)

2023-12-01 → 2024-04-15

互动总量

19.15w

点赞总量 14w

收藏总量 3.25w

评论总量 1.9w

阅读总数

638.91w

数据趋势 ☒ 仅统计商业笔记

互动总量

点赞

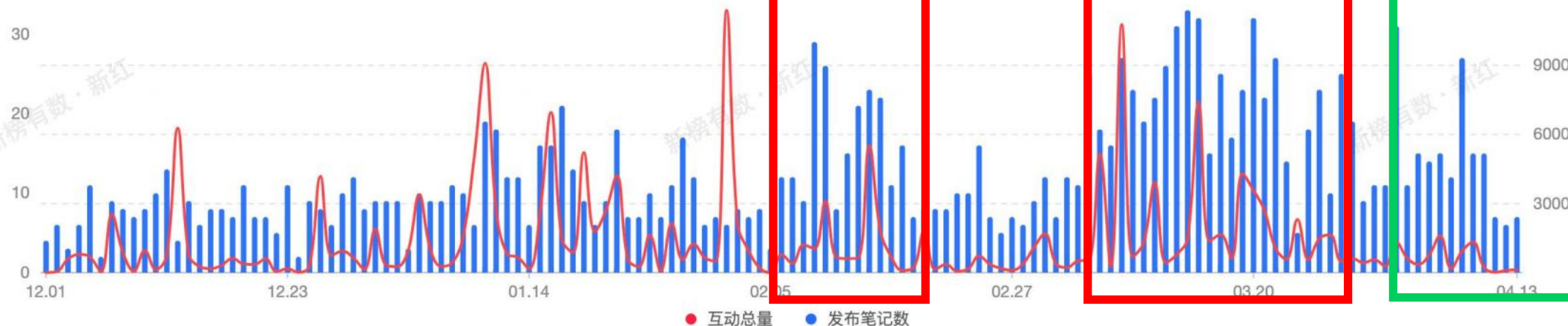
收藏

评论

投放期

投放期

长尾期



小红书搜索词及收录呈现



德克士



空炸锅年卡



尊享空炸卡



空炸卡



空炸锅尊享年卡



双重回本



- 由于小红书合作博主创作了关键词相关的优质内容，笔记被百多相关关键词多次主动收录并排名靠前

The background is a solid red color. On the left side, there are several overlapping circles of varying shades of red, creating a layered effect. On the right side, there is a pattern of concentric, dotted lines that curve upwards, resembling a stylized wave or a series of ripples. The word "THANKS" is centered in the middle of the image, written in a white, outlined, sans-serif font.

THANKS