

2015年百度数字营销案例大赛

餐饮行业移动营销创新案例

2015年康师傅绿茶 “绿动健康走”

北京昂然时代广告有限公司-策略策划部



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT CHINESE UNIVERSITY OF BEIJING
用管理理论成功 借传媒改变世界

目录CONTENTS

1 战略与洞察

2 策略与执行

3 效果与价值

4 案例总结

营销战略思考

市场环境

- ✓ 饮品市场竞争激烈，绿茶产品同质化
- ✓ 健康饮品市场快速增长
- ✓ 消费者趋向“智慧”消费



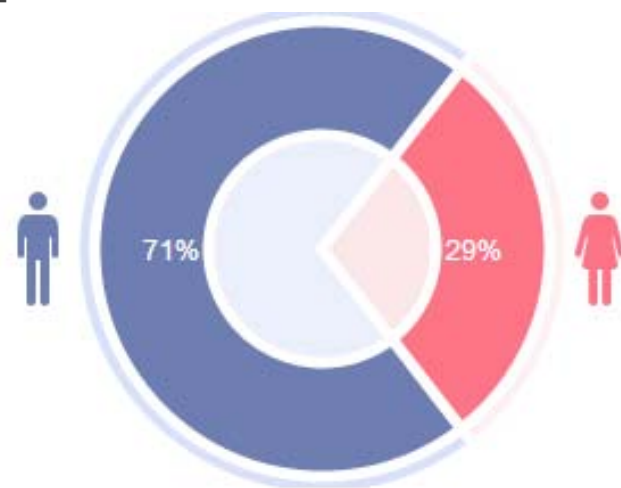
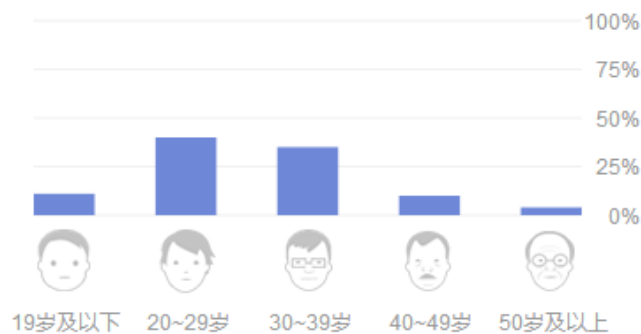
广告主诉求

- ✓ 传递健康正能量的生活理念
- ✓ 区别竞品，提升康师傅绿茶品牌的高度与社会价值

消费者洞察



✓ 康师傅绿茶消费客群主要集中在**20-39岁**，分布于一二线城市，**男性用户超过7成**。



消费者洞察

- ✓ 80后90后每天翻看智能手机高达43次。表现出来的媒体习惯是**需求即时化，信息碎片化，社交活跃化**。
- ✓ 80和90后越来越重视健康，学业和工作压力产生的亚健康增加，引发年轻群体**追求健康生活方式**。



媒介洞察

- ✓ 目前公认的移动互联网三大流量入口为：**应用商店**、**浏览器（搜索）**及**超级APP**
- ✓ 超级APP连通各类应用，场景成为移动APP服务的中枢



市场机遇洞察



- ✓ 健身热潮来袭-**健康**
- ✓ 碎片化时间的营销拓展-**移动互联网APP**
- ✓ 场景化营销-**O2O创意营销**
- ✓ 消费者对康师傅品牌的认知与肯定-**品牌高度提升**

5

2016/1/29



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT, CHINA UNIVERSITY OF COMMUNICATIONS
用管理理论成功 借传媒改变世界

目录CONTENTS

1 战略与洞察

2 策略与执行

3 效果与价值

4 案例总结

营销策略

地图+步行+健康+绿茶

- ✓ 结合年轻人的步行导航需求，康师傅绿茶携手百度地图进行O2O情景营销，在步行导航过程中宣传康师傅绿茶
- ✓ 步行作为全民可参与的轻运动，有利健康同时低碳环保。百度地图营销能很好的推广“绿茶绿动健康走”的健康生活理念。



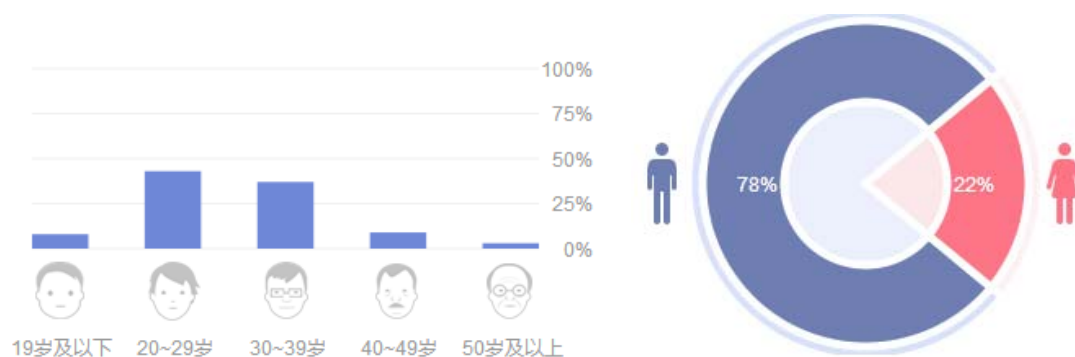
媒介优选

2015年2月移动APP排行榜

排名	APP名称	2015年02月 活跃用户数(万)
1	微信	38711.06
2	QQ	29497.53
3	百度	14406.89
4	QQ浏览器	11655.29
5	搜狗手机输入法	11005.95
6	淘宝	10458.87
7	百度地图	10334.33
8	UC浏览器	9215.47
9	360手机卫士	8589.44
10	腾讯新闻	8352.18

- ✓ 百度地图是手机上热门工具APP 之一
- ✓ 百度覆盖了国内近400个城市、数千个区县
- ✓ 百度地图覆盖用户量大，用户大多集中于20-39岁的80/90 后人群，男性用户占比达到78%

百度地图的用户与康师傅绿茶目标客群的人群匹配度极高



7

2016/1/29
数据来源：《软件产业行业分析及市场研究报告》



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT CHINA UNIVERSITY OF COMMUNICATIONS
用管理理论成功 借传媒改变世界

媒介优选



百度地图三大推广优势

高精度

- ✓ 精准覆盖目标人群，和康师傅绿茶目标人群无缝匹配

高覆盖

- ✓ 新版本开机引导画面，打开应用即见，强势打造品牌活动曝光
- ✓ 百度旗下多样媒介资源产品助力

高关注

- ✓ 通过O2O活动体验，传递康师傅绿茶健康的生活理念，并通过用户分享，让活动产生更高的关注度。

创新型情景式营销，有效提升康师傅绿茶的品牌价值与高度



创意执行

利用明星效应助力营销



创意执行

2015年5月起

SEM/贴吧头图/贴吧置顶帖/百度地图官方微信/康师傅绿茶官方微博为活动造势

10 2016/1/29

创意执行

Step1.

进入百度地图

融合新版本上线，
软性推广健康走活动

新版本
开机引导画面



“附近” 页头图推广



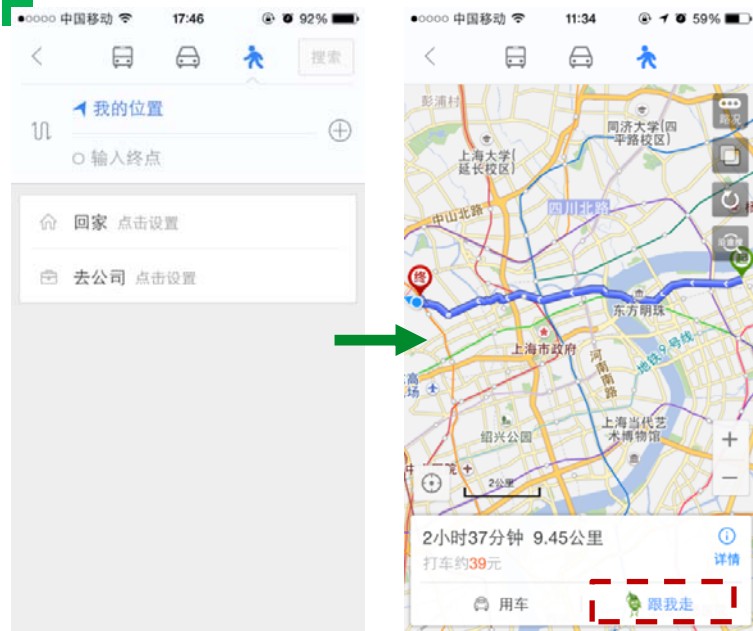
活动专区推广



点击“手环”
进入活动页



创意执行



Step2.

选择进入步行导航模块，进行路径规划，
出现“跟我走”定制按钮



Step3.

步行导航中，规划线路。
由动画露出品牌，
并伴有李易峰语音导航

创意执行

Step4.

完成后，进入活动主页。

分享战绩，亦可进行积分兑换。



目录CONTENTS

1 战略与洞察

2 策略与执行

3 效果与价值

4 案例总结

效果评估

预估互动数120,000,000
 实际互动数240,890,000
 互动完成率达**201%**

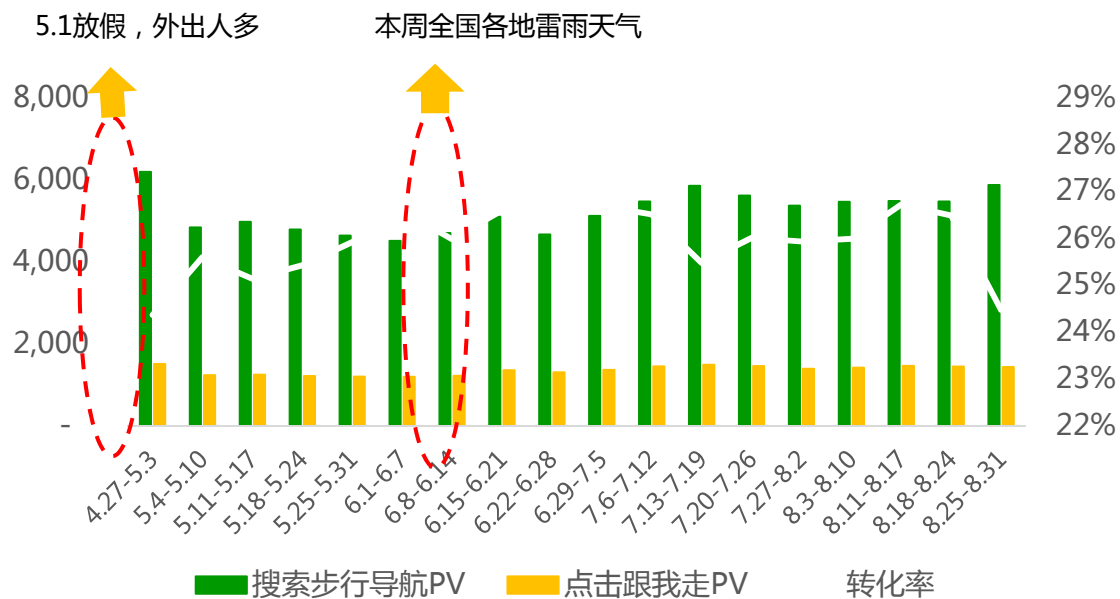
1.2亿

预估互动数

2.4亿

实际互动数

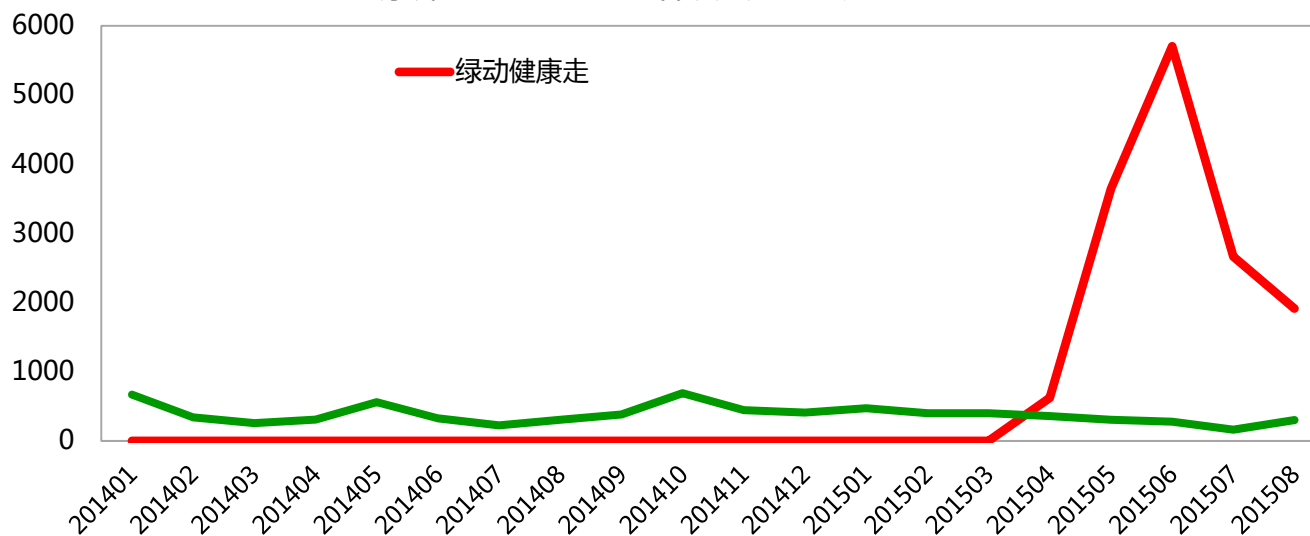
活动参与平均点击率为26%



效果评估

活动期间用户关注度极高

康师傅绿茶 & 竞品活动用户检索趋势对比



数据来源：百度探针

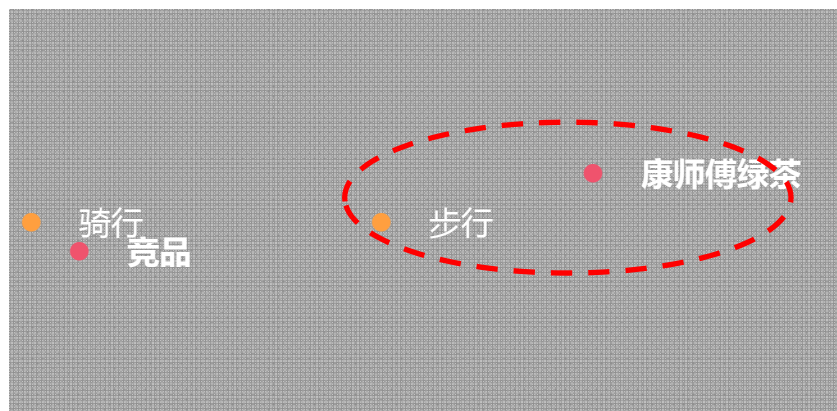
✓ 康师傅绿茶绿动健康走活动自2015年4月底上线以来，日均检索量飙升，且在6月份达到峰值，一直保持着极高的用户关注度。对比竞品的骑行活动从13年开始，从检索数据看用户关注度并不高。

✓ 此次“绿动健康走”活动移动端用户关注度达到7成以上。

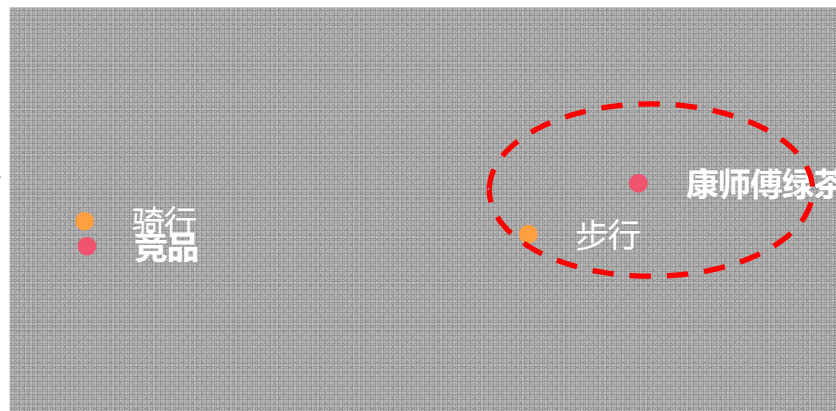
效果评估

成功建立步行与绿茶的关联度，提升品牌高度

Cookie 时间段：2015.4-5



Cookie 时间段：2015.7-8



数据来源：百度司南

- ✓ 经过“绿动健康走”活动，用户逐渐建立起步行和康师傅绿茶的关联性。从司南用户属性图中显示活动后期，“步行”和“康师傅绿茶”越来越接近。
- ✓ 但竞品与骑行关联性更高（骑行活动已开展3年多），建议后续继续加强步行和康师傅绿茶的联系。

社会价值

1

推广步行
低碳环保

2

受众广泛
全民参与

3

传递健康
生活理念



目录CONTENTS

1 战略与洞察

2 策略与执行

3 效果与价值

4 案例总结

案例总结

百度地图O2O情境营销，打造出移动互联网时代的全新互动体验

1 巧妙利用 碎片化时间



2 运用LBS 无线定位技术



3 创新营销 O2O情景营销



项目展望



- ✓ 继续加强步行和康师傅绿茶的联系，持续传播健康的生活理念，提升品牌高度。
- ✓ 借力明星效应整合更多媒介资源，结合娱乐与时事热点增加更多与营销的触点。

Thanks!

2016/1/29



中国传媒大学MBA学院
GRADUATE SCHOOL OF MANAGEMENT CHINESE UNIVERSITY OF BEIJING
用管理理论指导成功 借传媒改变世界