

美团外卖：奶茶穿秋裤，我们一起COOL

- ◆ 品牌名称：美团外卖
- ◆ 所属行业：互联网
- ◆ 执行时间：2022.11
- ◆ 参选类别：效果类-品牌传播

结案视频

<https://file.digitaling.com/elmg/uvideos/2023/0911/1694428983898651.mp4>

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

项目背景：

美团外卖在2022年第四季度计划在上海特区开展战役，分别针对非刚需品类的业务和冬季业务，以奶茶品类为切入，直接对标时令营销，第一波准备在11月7日立冬展开。

项目目标：

- 打造线上爆款奶茶话题事件
- 通过KOL&KOC的优质UGC内容种草出圈并为站内引流
- 完成冰品节活动期间，美团外卖平台奶茶订单销量的增长

目标人群洞察：

我们发现，在入冬时节，人们会纷纷开始穿上秋裤，秋裤成为了大家入冬保暖不可缺少的话题，但在上海这样一座时髦又酷的城市一定不会为“秋裤”买单。

记得穿秋裤和记得喝奶茶，成为撬动Social话题的支点。

创意策略：

美团外卖另辟蹊径地，以新奇的“奶茶穿秋裤，我们一起cool”为主题，联合「新裤子乐队」这一名字特点突出的乐队作为合伙人，联合推出「秋裤杯套」，一语双关，既贴合乐队形象，又符合当下节点，同时通过趣味性的二创延伸，强化美团外卖小耳朵的记忆符号。



案例亮点一-秋裤奶茶杯套

美团外卖联合新裤子乐队推出史上第一条奶茶穿的秋裤（杯套），杯套以美团系黄色为主色调，辅以新裤子乐队IP【北海怪兽】元素，造型搞怪又可爱。



案例亮点二-魔性洗脑神曲《秋裤奶茶歌》

美团外卖为打出秋裤奶茶的爆款话题，新裤子乐队为主角拍摄了一支魔性趣味的视频，上海本土风格的取景与抓耳魔性的歌舞呈现，提醒观众冬天记得穿秋裤&喝奶茶，上美团外卖点时髦的的秋裤奶茶。



玩转秋裤第一步 网友路透造势

在秋裤奶茶及美团外卖与新裤子乐队合作前夕，提前在微博平台由KOL释放出新裤子乐队拍摄TVC的路透花絮，以悬念的方式引发网友的猜测与关注一向喜欢整活的新裤子乐队又要玩什么新花样？

为秋裤奶茶的上线做第一波的造势与话题蓄水。



玩转秋裤第二步 魔性视频微博发布

美团外卖官方微博&新裤子乐队官方微博同步上线魔性洗脑神曲《秋裤奶茶歌》，正式官宣联动合作，带出爆款奶茶周边-奶茶秋裤杯套，引发网友的热议讨论，同时进入美团外卖站内抢购。



玩转秋裤第三步 物料线上线下全面释放

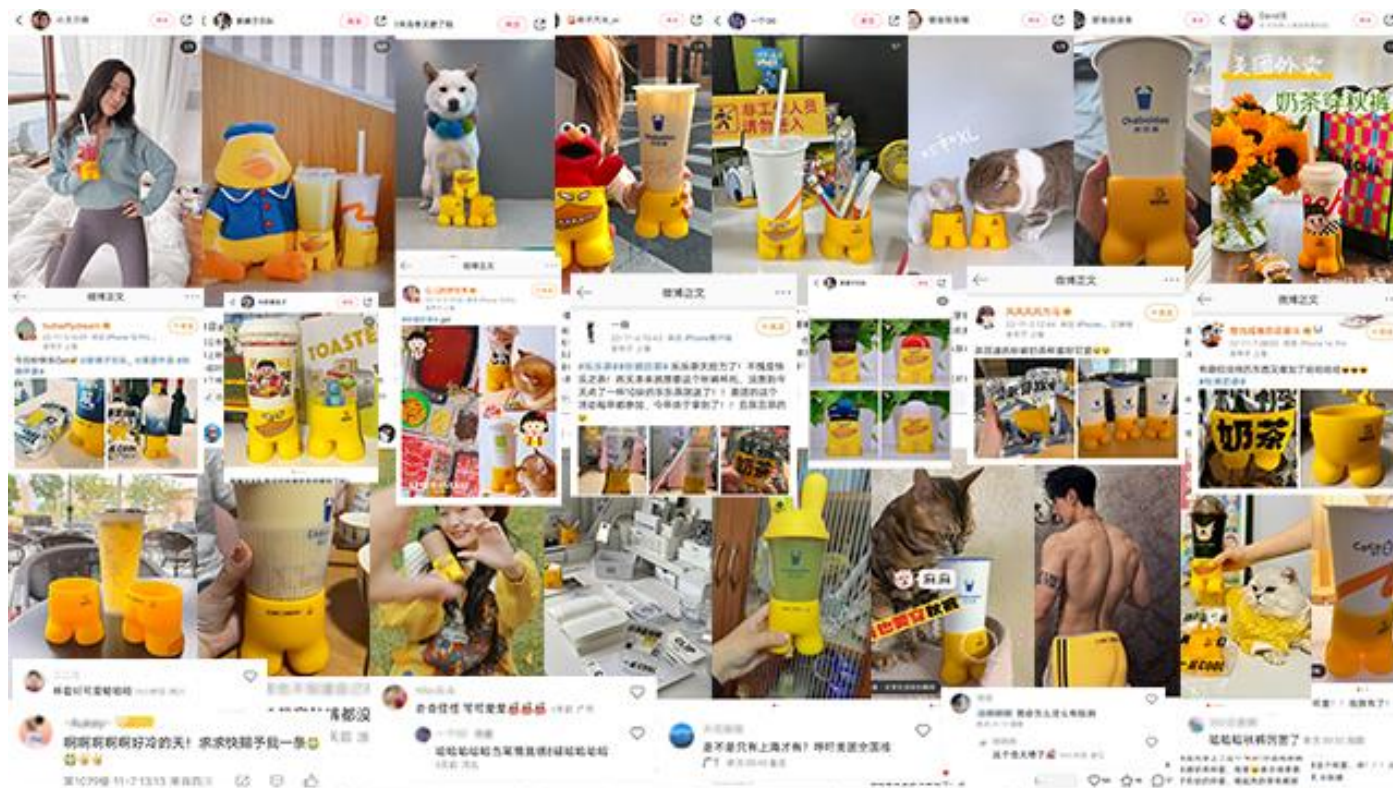
调动线下地铁站广告位，骑手外卖箱，分众屏，线上朋友圈广告，合作APP内容植入等资源，全方位引爆秋裤奶茶话题事件，将【美团外卖X新裤子乐队】的梦幻联动打透打爆。



玩转秋裤第四步

小红书KOL&KOC发布奶茶秋裤种草内容

投放小红书KOL&KOC，围绕晒“秋裤奶茶”的动作，产出大量高颜值的美图，炒作秋裤奶茶话题，打造冬日人手一件的奶茶周边时尚单品，完成对小红书用户的种草及站内引流。



玩转秋裤第五步

微信软文推送持续发酵 “秋裤奶茶” 话题

多篇微信软文推送，从设计、营销、新闻等多个话题角度炒作“秋裤奶茶”爆款周边，进一步扩大秋裤奶茶的传播声量及话题影响覆盖受众。



总曝光量:1500w+ 总互动量:151w+

- 1.美团外卖奶茶品类**实付交易额日环比提升8%**;
- 2.此秋裤杯套引发疯狂下单哄抢, 限量款杯套更是在二手平台卖到了3位数
- 3.案列被多家媒体如social beta、人民网等评为优选TOP级案列展示