



# 基于品牌和生意 的数字化传播管理

SEXY  
SALAD  
好色派沙拉



# 01

## 好色派沙拉的简介

---

# SEXY SALAD 好色派沙拉

好色派沙拉，是专注于**主食沙拉**的性感生活方式品牌

现已成为国内沙拉市场最大主食沙拉领军品牌，受到众多国际顶尖投资机构青睐





# SEXY LIFE SALAD ON



2016  
SocialBeta Top List  
数字影响力年度榜单

## 年度最受欢迎品牌案例 Top 50 Most Popular Campaigns of 2016



## SocialBeta Top List

### 2016 年度最受欢迎品牌案例 Top 50

共同入选的品牌有杜蕾斯、天猫、OPPO、大众点评、百事可乐及好色派沙拉等品牌

# 02

(先入为主 — 广义谈)

## 品牌的数字化战略制定·数字化介入

---

## 基于商业模式数字化介入

好色派沙拉·微信配送

## 基于企业运营模式数字化介入

星巴克·用星说

## 基于消费者场景数字化介入

遇见小面·扫码点单

## 基于品牌传播意图数字化介入

乐凯撒·大众点评

# 基于**品牌和生意** 的数字化传播管理



# 03

(时间关系 — 聚焦谈)

## 基于微信平台的品牌传播·传播策略制定

---

# 应该如何制定微信的传播策略



## 基于商业模式进行制定

奢侈品一般不太做社交媒体

## 基于品牌发展阶段进行制定

初创的网红店不太需要微信

## 基于品牌策略阶段进行制定

消费者教育、生活方式营造、快速占据心智

好色派沙拉

## 基于组织架构进行制定

Inhouse还是代运营?

现有微信环境，哪些是我们可以抓住的机遇？



# 微信小程序

没有太神秘，一个拥有最多权限的富内容编辑器

组织架构 | 深度互动 | 创意技术

# 微信社交广告

微信赚钱靠它，更灵活更高效更接近生意广告工具

低成本阶段 | 数字化匹配 | 富媒体展示

# 线下场景开发

微信就是移动互联网最大的入口，实体最不该轻视的

刚需场景 | 业务技术融合 | 积累数据



# 04

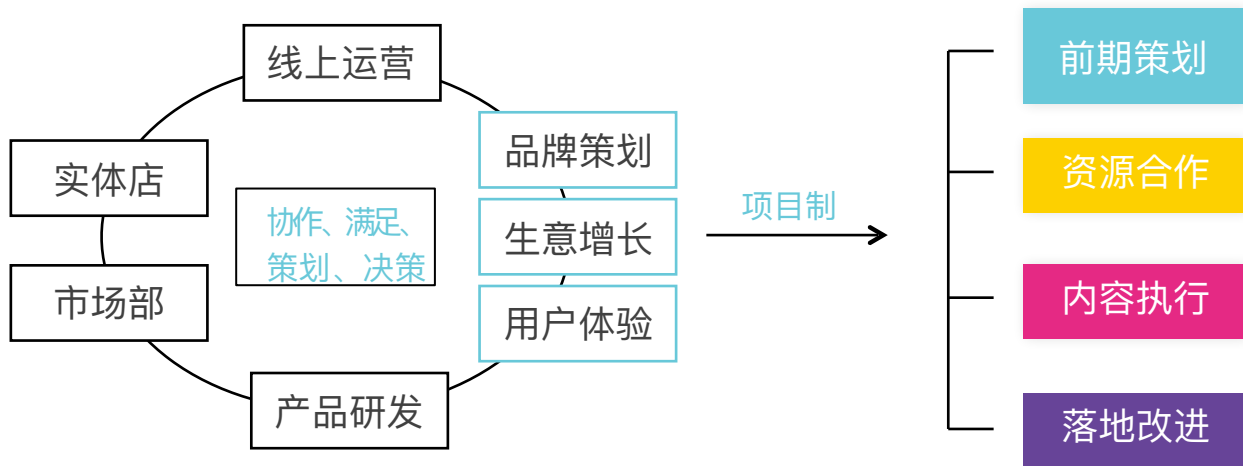
好色派沙拉数字化媒体传播实践

---



# 基于商业模式的品牌运营组织架构

(协作流程、人员配备、未来演变)





# 基于品牌愿景下的内容传播

(内容策略)



30%品类教育

60%生意运营

10%品牌传播

更新于 02月17日

「灵感」都是什么味道的？



酸的,炸的,辣的, 还是...

更新于 2016年 11月09日

今年欠你的优惠，现在来拿 (勾手怪.gif)



只有折扣，没有脂肪

更新于 01月23日

这一年，我们诞生过多少关系？



数也数不清

# 基于品牌愿景下的内容传播 (传播策略)



抓住红利期进行广告投放



持续的外围PR



制造病毒性内容

# 基于微信平台下的新机遇的实践


## (社交广告投放策略及相关数据分享)



核心数据				互动数据		
目标预算(元)	总曝光(次)	总花费(元)	关注量(次)	详情页点击量	原生推广页点击量	点赞评论量
20,000	101,508	5,348.12	1,075	572	7,356	640



- 用户普遍对大数据有模糊的概念
- 体验友好的情况下, 用户渴望收到广告
- 结合场景, 思考用户的决策前提
- 目前普遍分享率超低, 猜微信有限制
- 图是第一影响要素, 有场景感更容易获得点击
- 理解技术场景, 挖掘数据价值, 结合业务需求



感谢