锅圈食汇×唐宫夜宴IP营销案例

- **品牌名称：**锅圈食汇
- **所属行业：**食品行业
- **执行时间：**2021.12.15-2022.03.31
- **参选类别：**食品/饮料类

背景&目标

背景和初衷

借用唐宫夜宴的IP知名度与粉丝影响力，在春节期间的营销节点下带动消费者对锅圈预制菜的消费与理解，实现“在家吃饭，就找锅圈”的品牌定位升级。

营销目标

3个月实现锅圈品牌15W+的粉丝增长，3000W+的视频播放量。

挑战和困境

如何在短时间内借助唐宫夜宴的IP的创意输出形成锅圈自己的内容资产，实现品牌资产的转移。

目标消费人群洞察

在抖音上关注美食、吃播的人群数据集中于85后和95后，这一年龄阶段的消费者有着共同的内容喜好“美、笑、泪、奇、学”美好的事物、爆笑的欢乐、感动的泪水、新奇的体验、有趣的学习；
于是我们计划为锅圈打造了一个集“美食、搞笑、微剧情”的轻喜剧账号

核心策略：浅水行舟、直播闭环

1、借助唐宫夜宴IP的网络传播热度，获取基础流量与用户关注；
2、持续输出唐宫夜宴联名IP原创创意内容同时种草年夜饭菜品；
3、借用短视频与直播间嗨购的形式，构建人货场环环相扣，深度绑定“内容创意”建设品牌口碑；
4、通过强关联的场景化直播间，打造品牌的引流与转化，实现品牌创意传播战役的目标效果。

品牌创意执行的分阶段运营

Step1预热期

唐宫夜宴IP起号，打造主题内容创意，塑造用户感知。

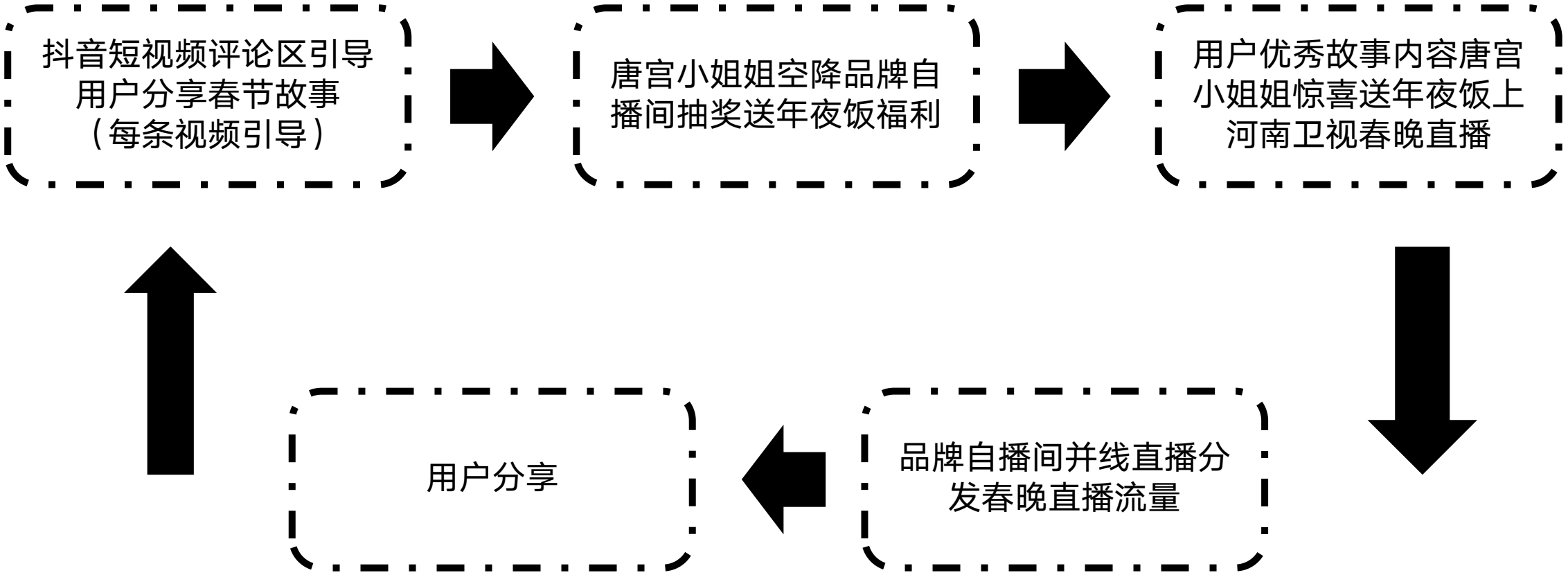
Step2孵化期

唐宫夜宴内容创意的持续输出，搭建强关联场景化直播间。

Step3爆发期

创建品牌IP的爆款内容导流，推进场景直播的追剧式购物，全链路开拓线上线下的互动性玩法。

用户参与互动转化的营销路径

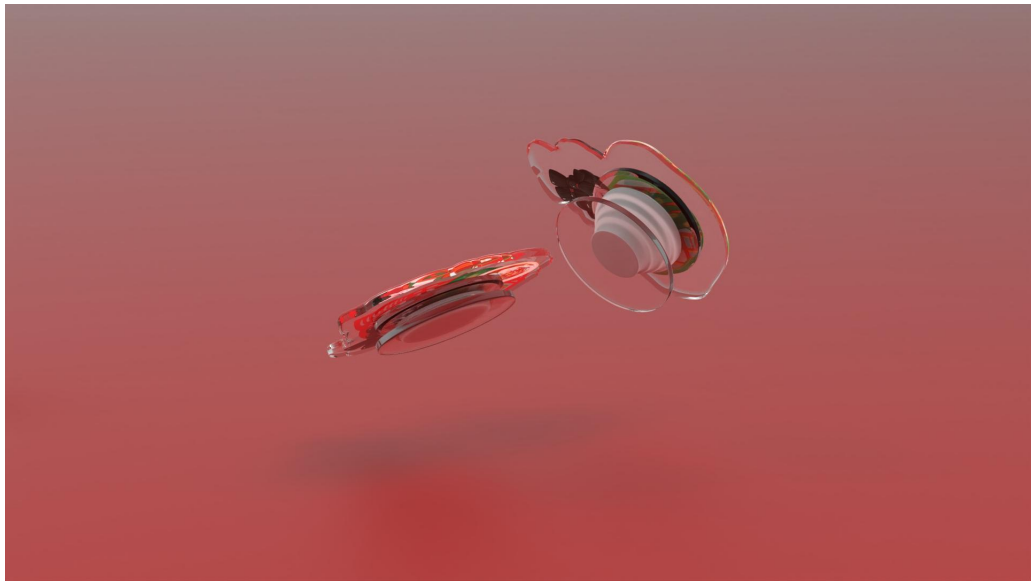


链接: https://pan.baidu.com/s/1zQHqV8ZAoYRB3ejTi2x7fg 提取码: 8vbh

IP周边创意输出

Top Mobile Awards

媒介&执行



Top Mobile Awards

媒介&执行

抱枕-----异形

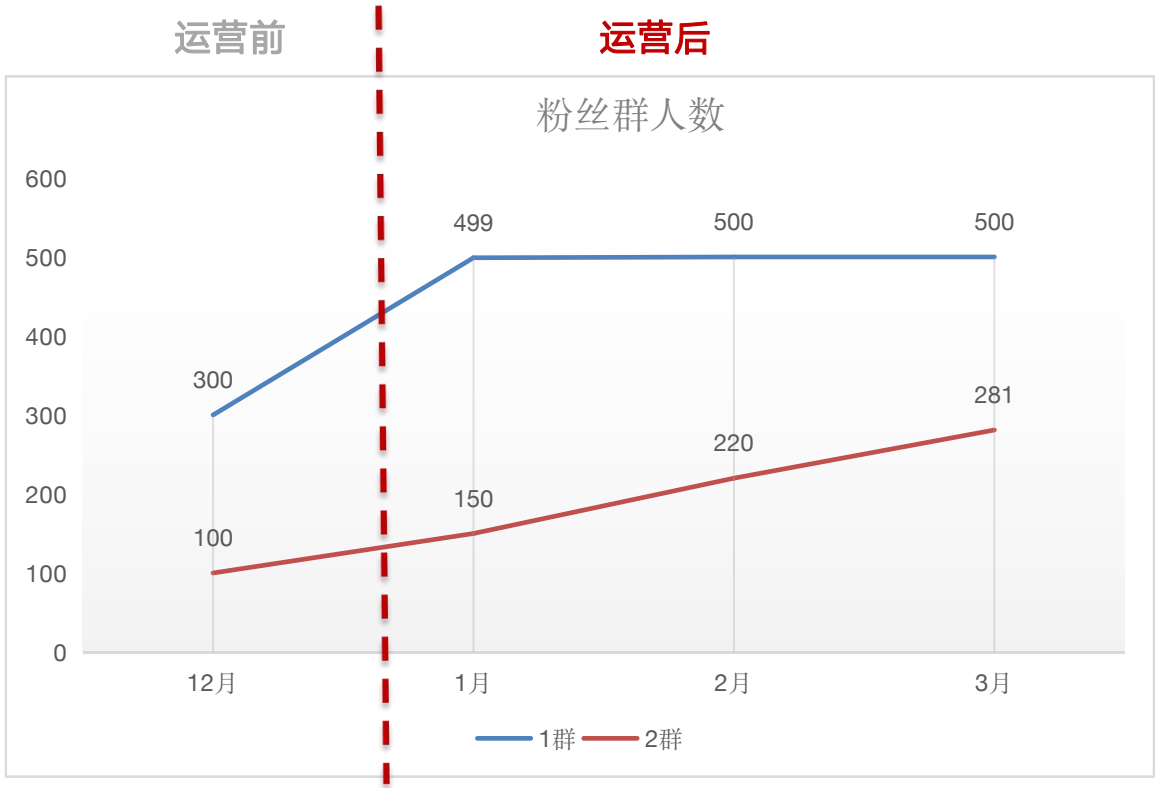
巧妙地应用唐宫夜宴IP

将唐宫小姐姐化身为身边的小姐姐，品牌与IP的融合度极高，把“唐宫风情”和“中国新年”相结合，树立“锅圈+唐宫”的IP联盟形象，提升粉丝对于品牌的认知。

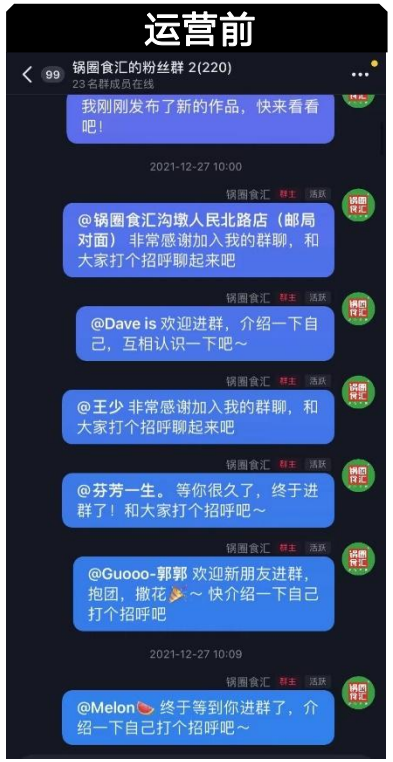
大量IP创意内容输出

通过大量的唐宫夜宴IP内容输出，紧跟时间节点与热点话题，在贴合剧情的情况下实现巧妙的商品露出，内容创意丰富而多元，达到了对粉丝的高质量吸引，有效的提升消费者对产品内容的接受度。

粉丝数量持续上涨



运营前总人数：400 → 运营后总人数：780



群内不活跃

群聊人数增多

在粉丝群1群300人，粉丝群2群100人的基础上。通过账号运营、粉丝互动、在重大节日送去祝福等动作，使粉丝群的活跃度大大提升，群聊人数增多。最终使粉丝1群**满员**，粉丝2群达到**281人**，粉丝群**总人数增长380人**。

粉丝数量持续上涨

内容反馈

账号后台私信反馈

账号运营执行反馈

通过粉丝的评论与用户互动私信可以看出用户对效果的喜欢与肯定，并实现了产品购买的转化。

发布时间：2021年12月29日 19:59

该条视频发布时间为年底，从时间上看，刚好赶上**年末的热度**。从内容上看，**年终KPI**这一话题贴近当代社会现实，引起了“打工人”们的共鸣，吸引用户点击观看。并且真情实感的流露，唤起了大众的同理心，使该视频成为爆款。

播放量 62.3w

点赞 3.4w

分享 4998

播放量 352.9w

点赞 4.6w

分享 7888

发布时间：2022年01月01日 14:00

首先该条视频发布时考虑到元旦假日，平台白天人数增加，故将发布时间提前，增加了曝光的时间。其次该视频的标题结合到当时的**热梗“emo”**，引起了用户共鸣，收割了一部分流量。内容上采取古今结合的方式，形式新颖，增加了**趣味性**，符合平台的用户口味。节日+热梗+优质内容的助推，使该视频成为爆款。

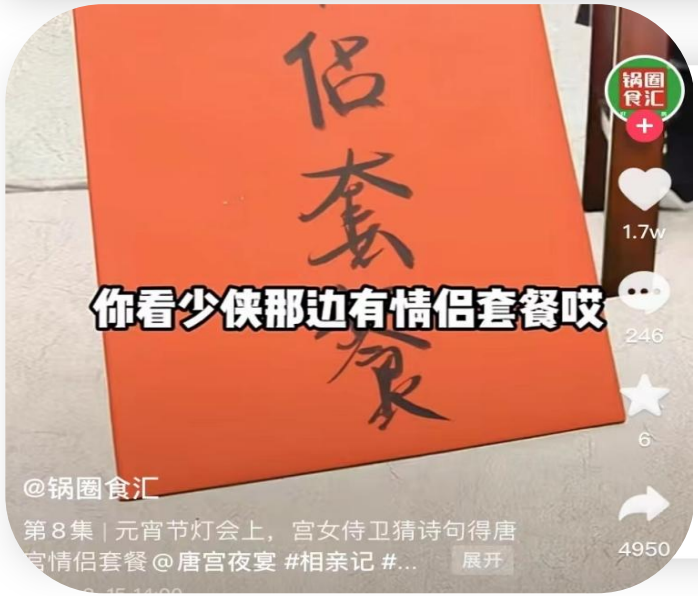
发布时间：2022年2月11日18:00

该条视频发布时间为情人节前几天， 情人节关于相亲和伴侣的热度高涨，给视频带来了一波热度。从内容上看，**“宫女相亲”**的标题既幽默诙谐又紧跟时代，**极巨新潮感**。话题紧扣节日、内容具有新意，符合抖音的平台调性，受观众喜爱度增加，使该视频成为爆款。

播放量 141.4w

点赞 2.1w

分享 2693



播放量 141w

点赞 1.7w

分享 5378

发布时间：2022年2月15日18:00

该条视频发布时**元宵佳节**，紧跟情人节后，双节齐发，双重热度，助推视频更多曝光。 从内容上看伴侣跟家人，从古至今都是绕不开的话题，在**中华传统节日**的加持下，观众会更容易接受视频。传统节日+文化熏陶，使该视频成为爆款。

IP运营效果

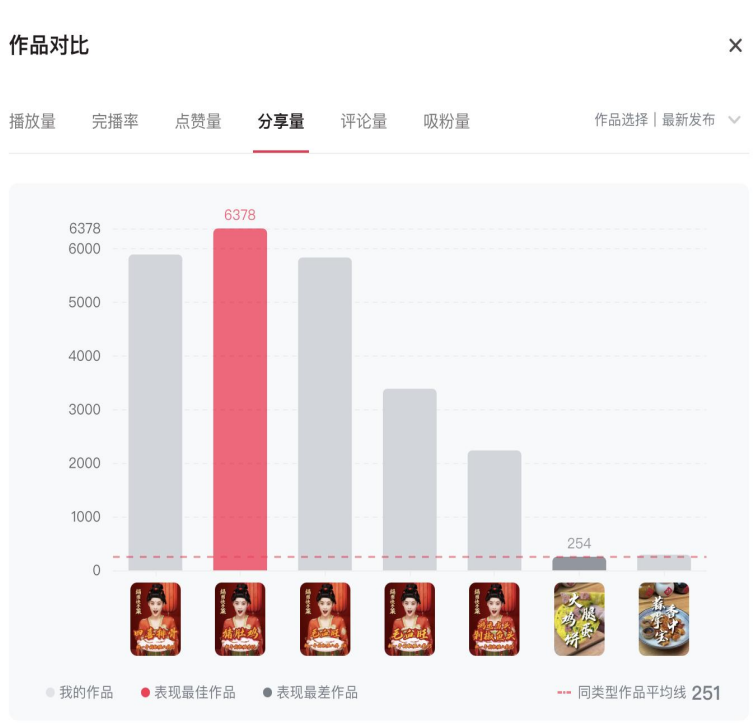
↑18.5w
粉丝量

↑56.4w
互动量

↑3112w
播放量

↑34个
视频数

IP运营效果



唐宫夜宴代运营3.5个月收获粉丝数18.5W，超过前1年的粉丝增量；播放量3112W，账号作品播放量与互动量的TOP5都是唐宫夜宴系列作品，单条爆款内容播放量130W，远高于同类型作品。