

## 从节日仪式到浪漫日常，美团浇灌鲜花外卖心智

- ◆ 品牌名称：美团
- ◆ 所属行业：即时零售
- ◆ 执行时间：2024.05.01-08.31
- ◆ 参选类别：内容营销类

# 背景&目标

## 美团外卖2024发力鲜花业务，瞄准小红书极度适宜的鲜花土壤

美团

要在更多生活场景里、卖出更高品质的花

小红书

从日常浪漫到节日仪式，365天花香弥漫



消费提频，把花卖进日常里

日常分享/美照搭子/家居氛围

人群拓量，最好人人皆爱花

情侣/闺蜜/母女/师生/嘉奖自己

品牌升级，有花漾高品质专区

主打高颜值、高品质鲜花花束

鲜花热度全年稳定  
节点与日常差距缩小



2023全年鲜花内容  
阅读+52%，搜索+58%

更多的需求场景 更多的审美偏好



你有花花我有土壤，是不是看起来这花挺好种？

## 背景&目标

# 美团外卖计划在母亲节打响鲜花服务第一枪

## 却收到了「母亲节送花不如送点实在的礼物」的社交聆听

### 看节点

2023年母亲节词云花束排名下降，礼物上升  
想给妈妈送点实用的、显贵的、有创意的

### 2023母亲节周期 笔记词云排名

- 项链 ↑
- 黄金 ↑
- 首饰 ↑
- 配饰 ↑
- 包包 ↑
- 丝绸 ↑
- 花束 ↓



痛心！母亲节X康乃馨  
已经成为时代的眼泪！

### 看品类

花香中弥漫的都是恋爱酸臭味  
送花给妈妈的讨论直线下降





## ● 背景&目标

# 总结：美团外卖在小红书，从节点到日常的「种花」环境报告

### 美团外卖

鲜花业务  
重要度提升

## 有品类的土壤

### 遍地开花的小红书

- 装点浪漫日常让鲜花持续升温
- 吃颜值、讲审美的女性用户

## 没有适宜的温度

### 母亲节送花热度退潮

- 送礼物不如送鲜花的节日风向
- 送对象送自己先于送花给妈妈

## 没有心智的种子

### 鲜花外卖是弱心智低频需求

- 美团外卖=送餐平台
- 低价鲜切花抢夺外卖花束市场

## 没有需求的催化剂

### 如何激发节点到日常高频需求

- 节点：沟通切点唤起母亲节送花回潮
- 日常：更多场景激发鲜花高频需求

### 小红书

分享浪漫日常  
渐成趋势



# 洞察&策略

## 需求洞察：鲜花是生活的另一种表达，需求场景不断扩展覆盖全生活



# 家/卧室/书房

# 车/副驾

# 生日/纪念日/节日

# 拍照/妆造/旅行

场景延展  
不局限节日

### # 鲜花赛道 近180天热搜词



### # 鲜花赛道 近180天下游词

网购鲜花成为最主流的购买方式



需求逐渐细分  
聚焦不同花材

### # 最受欢迎花束风格TOP10

风格化、特色化花束在小红书受到关注



#鲜花抱抱桶  
搜索同比+68%





# 美团鲜花外卖服务心智经营 策略纵览

给妈妈送花变成一种old style，如何掀起母亲节送花的回潮  
并以此为契机，长效经营鲜花业务线的服务心智

心智  
播种

母亲节送花老生常谈  
找到沟通新情境，播种  
美团鲜花服务心智

妈妈同名花束作为切点

母亲节

加速  
生长

“妈妈名字美如花”  
IP打响美团鲜花礼赠心  
智第一枪

强分享型IP裂变趋势

母亲节

持续  
灌溉

KFS日常心智经营  
打开鲜花外卖新场景、  
撬动新人群

日常场景X生活方式人群

5-9月日常持续贯穿

延续  
花期

母亲节合作撬动七夕战  
役，持续巩固美团鲜花  
礼赠心智

东方定情花礼IP再冲高

七夕

## 媒介&执行

心智播种-找到沟通切点，播种美团外卖服务心智

不劝你母亲节送一束花，只想夸夸妈妈的名字美如花



妈妈名字  
美如花

我说母亲节要送妈妈康乃馨，你说「这有点老套」  
我说这里有一束和妈妈同名的花 你说「我要来看看」

秀兰、李鹃、冬梅、桂枝……听来普通的名字都是一朵盛放的花  
妈妈的「花名」背后，是她们自己花一样的人生

小红书 妈妈的留白X 美团鲜花母亲节

不是买好看的花送妈妈，是找到一束和她的名字一样「好听」的花  
妈妈名字美如花，最美的花找到最美的她

# 媒介&执行

## 加速生长-【妈妈名字美如花】IP引爆鲜花外卖心智开门红

### 我们用100束美团鲜花，交换到6127个妈妈的「花名」

#### 1.3亿曝光唤醒母亲节与花的记忆

小红书与美团共同发起妈妈同名花束征集  
100束花交换妈妈花名背后的故事

#### 6127个花名故事在小红书被听见

叫「妈妈」太久，忘了她的名字有多浪漫  
在小红书重新认识每一个花名背后的她自己



但更重要的是



## 媒介&执行

持续灌溉-节点之外，长线经营「**鲜花装点日常**」业务心智

KFS持续为美团鲜花撬动新人群、开辟新场景

以「**浪漫日常**」和「**生活美学**」作为心智锚点，在更多日常场景里种出美团鲜花



## 媒介&执行

# 延续花期-第二波传播高点七夕来袭，再度巩固美团鲜花礼赠心智 用1个IP连接中国情人节X国风审美趋势X新中式花束

中国的情人节就用中式美学表达

「新中式」在小红书全年**百亿级**阅读量

新中式花束与小红书东方美学趋势完美适配

美团鲜花X敦煌博物馆X小红书

以传统的中式美学，在七夕掀起一场

**【东方定情花礼】** (七夕合作IP)

(IP结案数据尚未完成)



从国风情侣的过节仪式  
到七夕新中式穿搭的点缀  
美团搭上小红书新中式审美潮



七夕快乐!! 怀揣在手里的花, 是明目张胆的爱  
“愿有岁月可回首, 且以深情共白头”  
“芍药承春宠, 何成赛牡丹”  
“尔丛青百合, 一簇粉长春。堪笑归堂老, 欢然不记



不好意思🙈我的七夕花花先到一步咯  
七夕至, 这个美好的节日,  
也是传说中织女与牛郎相会的日子,  
🌸🌸🌸🌸🌸🌸🌸🌸🌸

## ● 效果&反馈

# 母亲节IP&七夕节IP均达亿级曝光，美团鲜花业务心智超显著提升

### 投放效果

CTR >11%  
kfs日消耗环比 +147%

七夕节IP曝光 1.2亿  
母亲节IP曝光 1.2亿

### 品牌声量及业务心智增长

#### 美团外卖下鲜花词云权重提升



#### 【美团鲜花】5-6月

搜索+91%  
阅读+78%

#### 【有花漾】5-6月

搜索+36%  
阅读+239%

#### 【母亲节】词云下

美团上升77位

【七夕】词云下  
美团上升130位

【鲜花】词云下  
美团上升130位

### 生意增长

累计为品牌活动  
带来10w+访问用户  
订单增长60%+  
且客单价全渠道最高

### 品牌内容及人群渗透变化

#### 美团外卖X鲜花类目内容渗透

「美团鲜花」笔记数  
环比上周期+96%

「美团」在鲜花类目内容渗透  
环比上周期+68%

#### 美团外卖X节点&品类人群渗透

「美团外卖人群」∩「鲜花兴趣人群」 渗透率+44%

「美团外卖人群」∩「约会人群」 渗透率+41%

「美团外卖人群」∩「母亲节」 渗透率+38%

## ● 效果&反馈

# 新的洞察、新的连接、新的场景，种出美团鲜花新的认知



过气的节日仪式  
洞察新的沟通切点

同名花束掀起母亲节送花回潮



娓娓道来 6127个妈妈的花名



平台的爆火趋势  
建立跨品类的连接

从新中式穿搭到新中式花束



狠狠借力 小红书中式美学风



小众的需求场景  
变成更多人的日常

鲜花也可以是一个人的仪式



认真对待 每个人对浪漫的追求