**开饭啦！百味人生！ - 开饭川食堂**

**广 告 主**：开饭川食堂

**所属行业**：餐饮业

**执行时间**：2022.05.09-06.27

**参选类别**：视频内容营销类

**营销背景**

开饭川食堂长期仰赖自然口碑，品牌形象不够鲜明，且透过市调发现，消费者对于川菜「只有辣」的口味单一印象，导致尚在寻找聚会餐厅阶段，就将其撇除。

**营销目标**

透过数字营销操作，推广川菜**「一菜一格，百菜百味」的核心精神**，打造开饭川食堂**“多元口味、丰富够味”**的品牌形象。

**策略与创意**

**消费者洞察-后疫情时代：追求超越以往的尽兴体验**

疫情过后，消费者开始回归正常生活，聚餐时刻也日益增加，根据市调发现，消费者在疫情后对聚餐的需求，希望能追求获得超越以往的用餐体验，以让久别重逢的聚会能更加尽兴，弥补疫情期间没有见面的失落。

**创意策略：川菜有如人生百味，丰富多变、味味够味！**

【一菜一格，百菜百味】是此次传播的主要核心概念，透过五感转换，我们利用五支连续短片，将开饭的多元重口味菜色，以人生中意想不到、却不失真实的重口味情节来做呈现，不只让消费者体验到高潮迭起的滋味，更让开饭酸辣咸甜的多元菜色完整呈现，并传达出川菜中「一菜一格，百菜百味」的核心价值。

**执行过程/媒体表现**

五感转换!用高潮迭起的『视觉冲击』，传递开饭丰富够味的『味觉体验』



为传递开饭川食堂丰富够味的感受，我们透过五段连续剧情短片，让消费者感受峰回路转、高潮迭起的视觉体验，同时每只影片代表开饭川食堂经典菜色，在被剧情震慑的同时，彷佛也体验到了开饭川食堂酸辣咸甜、丰富够味的多元菜色，了解开饭川食堂「一菜一格，百菜百味」的品牌精神。

视频链接：　<https://www.bilibili.com/video/BV1Je4y1E77N?share_source=copy_web&vd_source=77ca0e92d0682f061b7c593238c44cf9>

**营销效果与市场反馈**

1. 总曝光数近1400万次
2. 影片观看突破350万次，KPI达标率高达378%
3. 创造30万次的社群互动数，打破品牌粉专之纪录
4. 超过百则网友自主分享与留言，「真的跟人生一样够味」「原来开饭这么多口味」，成功推广川式料理百菜百味的多元菜色