

迈胜×酒店场景整合营销

- ◆ 品牌名称：迈胜运动蛋白饮
- ◆ 所属行业：机能饮品类
- ◆ 执行时间：2023.07.01-07.28
- ◆ 参选类别：场景营销类

- **品牌背景:**

迈胜 – 为蒙牛旗下，2023年成立，专注中国人运动营养的高端专业品牌，致力于推动研发转化和创新应用，打造适合国人的营养+运动的主动健康综合解决方案。

- **品牌痛点:**

新成立品牌，虽为蒙牛旗下品牌，整体缺少广泛的品牌知名度，产品类别较为垂直，目前品牌声量及销量都具有大幅成长空间。

- **营销目标:**

透过场景营销，瞄准精准受众，快速建立受众品牌认知，同时提升线下产品的曝光，建立整体产品的认知与体验。

营销核心策略

收获高净值受众的认知与体验

【全国高净值精准受众广告营销】

根据迈胜高端运动饮品定位，携旅为品牌选定全国中高端酒店，瞄准对于健身及健康理念重视的商旅高净值受众，每日近40万个酒店智能屏幕广告覆盖，作为品牌扩散核心。

【重点城市产品陈列推广】

精选贵阳、武汉、成都三大汇聚商务及旅游重点城市，合计近100家酒店进行酒店大堂城市走廊的产品摆放与陈列，配合展柜旁LCD屏进行品牌宣传片推播。

营销日程分布

线上广告位：全屏静态广告、焦点视频广告、焦点静态广告

7.1至7.28酒店智能大屏线上广告曝光（全国5千+家酒店,42万+间客房）

7.14至7.28线下同时展开100家酒店大堂城市走廊展示陈列活动

贵阳、武汉、成都线下共100家中高端酒店，大堂场景产品陈列摆放推广

营销执行计划

媒体选择组合

线上&线下

线下：酒店大堂城市走廊迈胜专区
线上：酒店客房智能大屏媒体广告

广告营销市场地域选择

线上：全国
线下：贵阳、武汉、成都

酒店目标人群

商旅高价值人群

媒体展现与创意形式

线上&线下

线下：品牌产品大量陈列
线上：大屏多尺寸多形式素材展示

为适配迈胜品牌与产品定位选择年轻化商旅族群属性（积极尝试新事物、消费能力强）酒店作为营销阵地

营销时间点 - 2023/7/1至2023/7/28

全国酒店大屏线上传播



全国酒店大屏线上传播

Htrip CTLifeOS Ad Monitor System | 2023-07-26 20:41:31 | 房间: 415 | ZMAX满兮酒店广州天河太古汇店 | 广州市天河区 | 20:41 | 2023-07-26



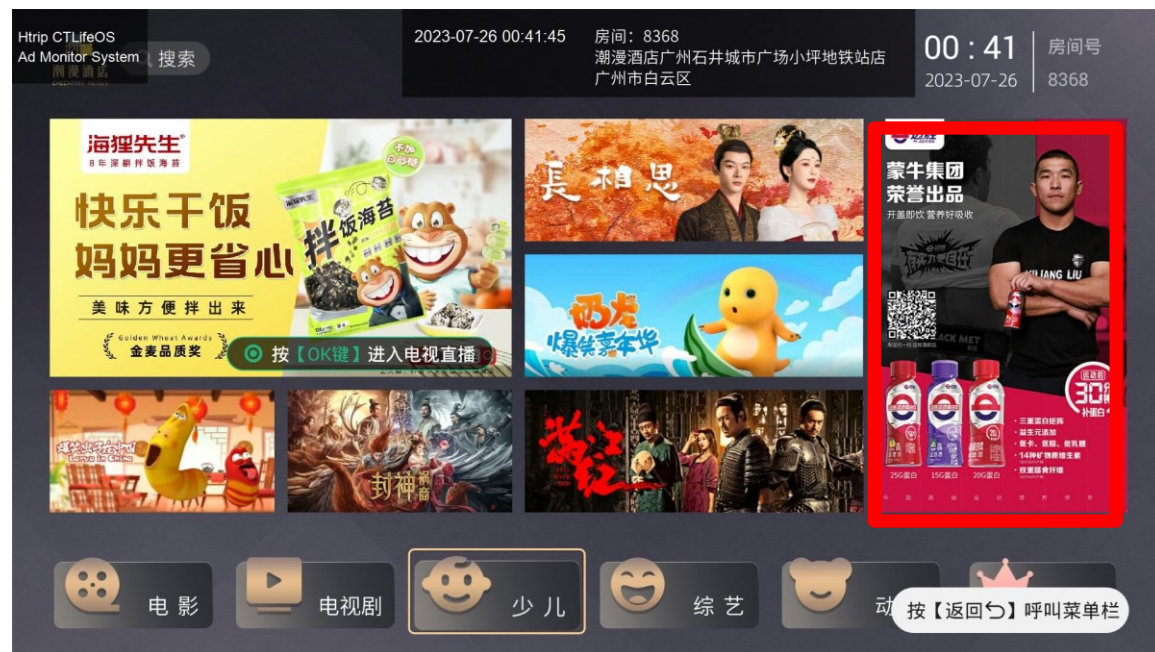
锦江会员俱乐部 | 吃住行游全覆盖 会员积分兑好礼 | 酒店客房 | ZaoBar | 蒙牛集团 荣誉出品 | 宇宙不正经Z货铺

ZMAX HOTELS 是一家有精神属性的腔调酒店, 这不仅是一个休憩的住所, 更是一个表达自由态度的空间。“粗糙的细腻”的设计理念与刺激味蕾的“精

按【OK键】进入电视直播

主頁 酒店服务 电视直播 携旅·极光TV 城市发现

Htrip CTLifeOS Ad Monitor System | 2023-07-26 00:41:45 | 房间: 8368 | 潮漫酒店广州石井城市广场小坪地铁站店 | 广州市白云区 | 00:41 | 房间号 8368 | 2023-07-26

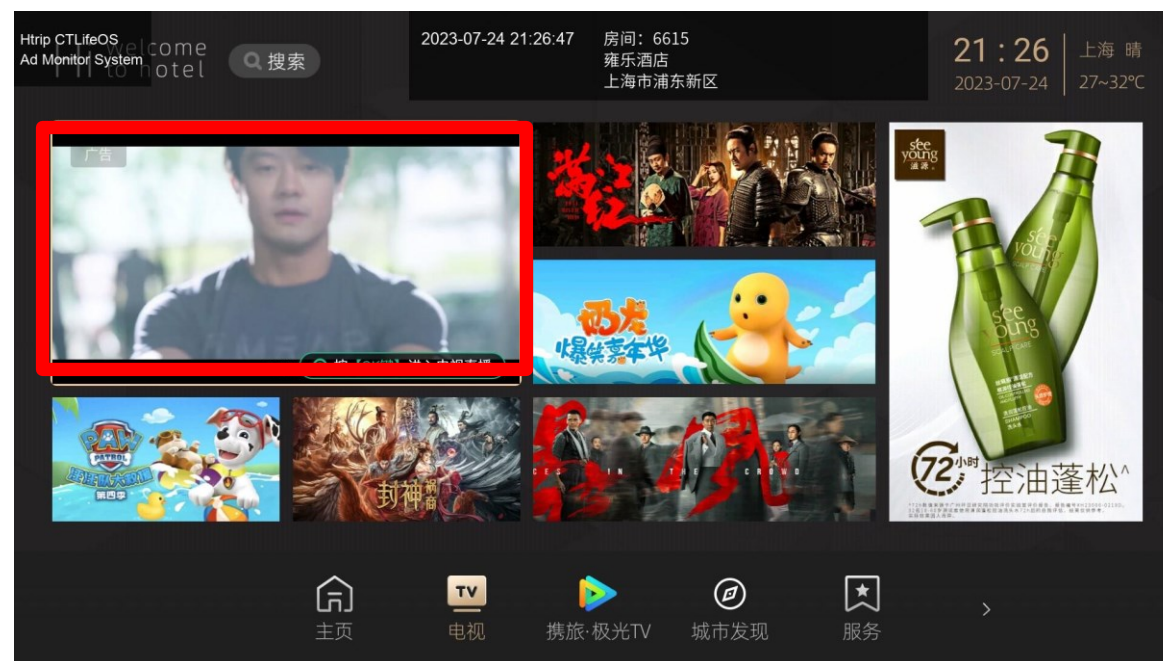
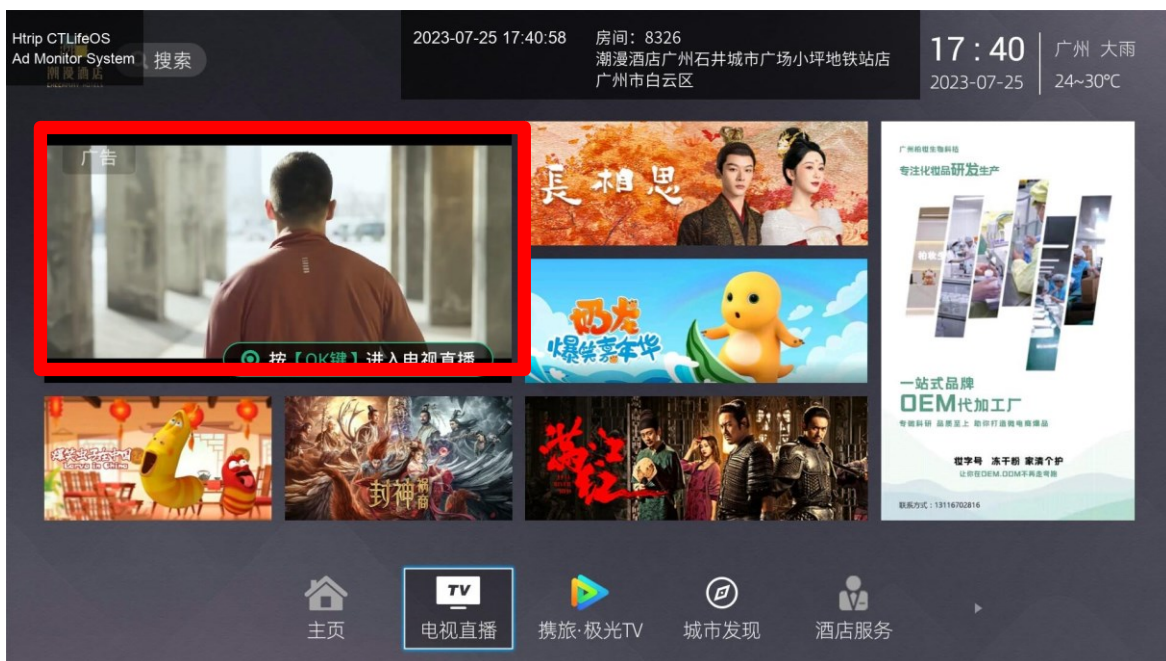


海狸先生 快乐干饭 妈妈更省心 | 长相思 | 西施 火爆嘉年华 | 蒙牛集团 荣誉出品 | 封神 | 按【返回】呼叫菜单栏

按【OK键】进入电视直播

电影 电视剧 少儿 综艺 动画

全国酒店大屏线上传播



酒店线下陈列体验销售



酒店线下陈列体验销售



酒店线下陈列体验销售



酒店线下陈列体验销售



迈胜营销传播效果

线上广告总覆盖接近**476万**人次，人均曝光**4**次以上

线下产品触达人次：**8.8万+**

为品牌进行全国性广泛覆盖，深度的品牌信息推广



总曝光量

19,162,195



总覆盖人次

4,768,322



平均广告触达次数

4.03



总线下触达人次

88,200

迈胜酒店场景整合营销总结

本次营销为迈胜蛋白饮品建立**良好的营销广度与深度**，线上短时间内得到了产品的大量曝光，线下在多城市进行酒店内的产品摆放，更**收获大量且垂直的潜在受众**。

酒店方



住客

消费选择多样化



非房收入提升

迈胜品牌



品牌产品印象有效建立

品牌线上总触达476万人，人均4+传播深度
有效建立受众品牌认知与印象

线下渠道



线下体验销售渠道

快速获取8.8万+线下触达人次
抢占高品质垂直受众视野