



赋能商业 | 始终于人

# 餐饮行业解决方案

腾讯社交广告营销中心|餐饮行业

2017.11



# Contents

- 01 | 行业动态概况
- 02 | 行业需求分析
- 03 | 行业解决方案
- 04 | 投放经验分享
- 05 | 行业参考案例
- 06 | 投放运营服务

# 01 | 行业动态概况

- 餐饮行业营销现状
- 餐饮行业营销规模
- 餐饮行业广告位推荐

# 餐饮行业营销现状

 营销市场规模大，年营销费用~250亿

 市场非常散，商户数量~500万且区域化严重

 营销意识弱，营销支出对营业额占比 < 1%

 超80%预算在线下且撬动难度大

 逐步试水线上投放，但仍观望效果

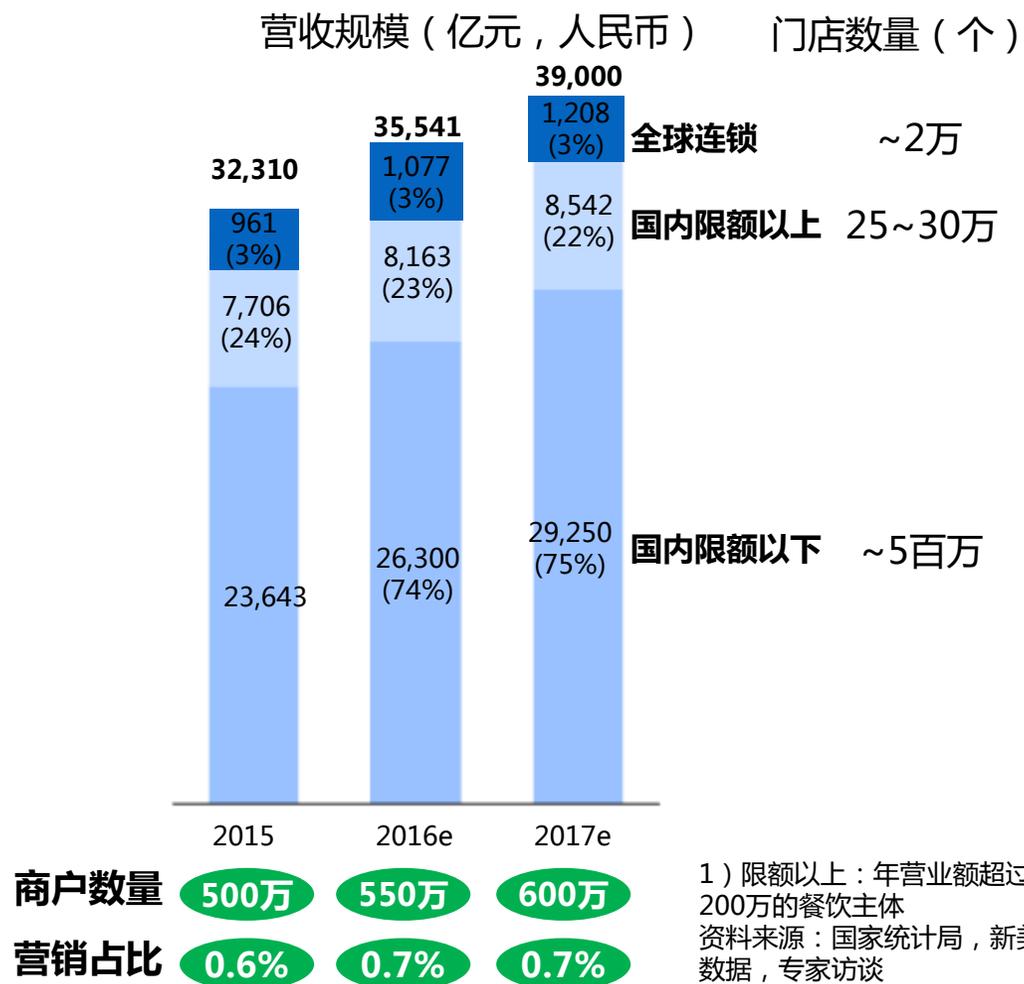
## 为什么要攻击餐饮？

- **丰富广告主类型，保护用户体验**：吃是所有人的强需求且兴趣多变
- **提升广告主数量，稳定波动**：拥有所有行业最大商户数，可撬动潜力大
- **打磨产品能力**

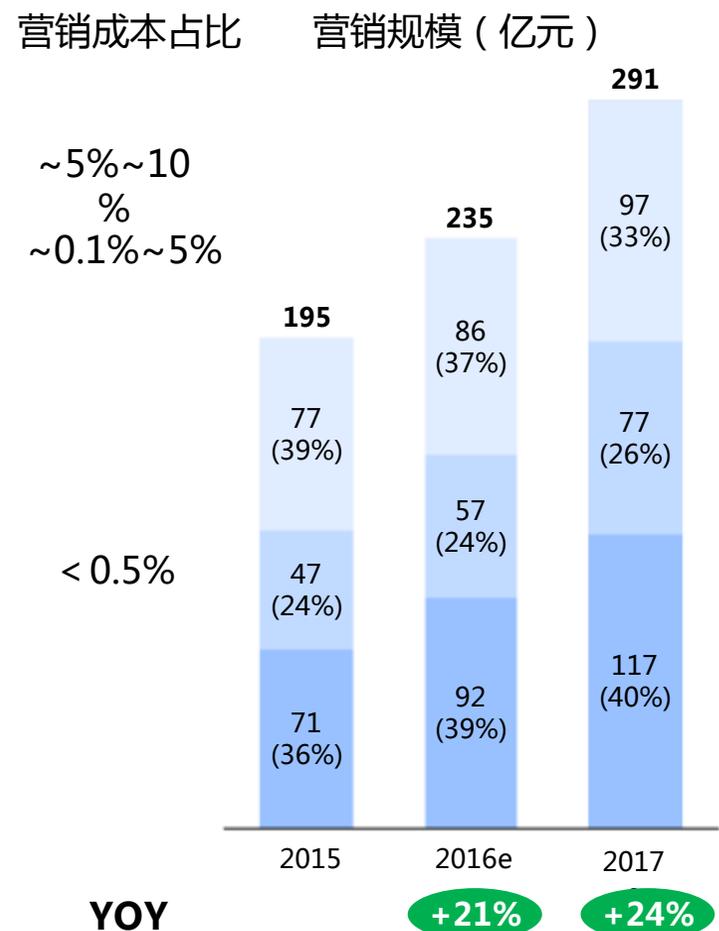
# 餐饮行业营销规模

餐饮市场体量庞大但营销意识较为薄弱，整体营销支出占营业额比例不到1%；营销规模~250亿左右但极为分散。

## 中国餐饮行业营收规模



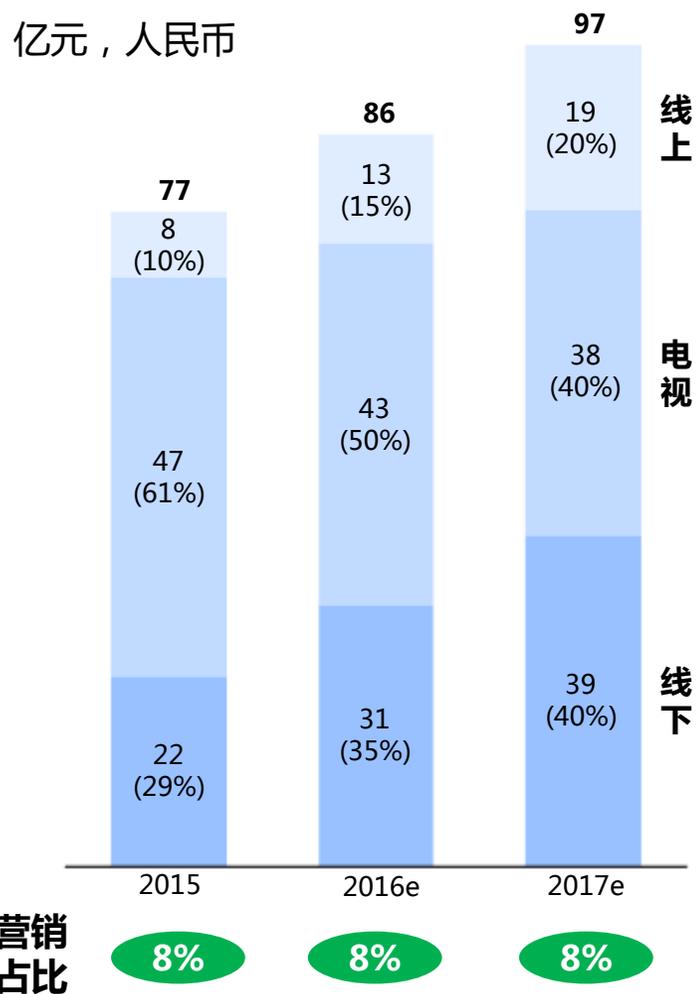
## 中国餐饮行业营销规模



# 全球餐饮连锁中国营销规模

全球连锁餐饮年度营销预算近百亿但互联网广告投放不到两成，未来依然线下为主，部分电视广告预算或被挤压逐步转到线上。

## 全球餐饮连锁中国营销规模



1) 其他：主要是资讯类媒体及一些联盟资源  
资料来源：艾瑞数据，CTR数据，新美大数据，专家访谈

### 电视

- **集中**：主要百胜团、麦当劳、德克士投放
- **缩减**：电视预算逐步缩小,尤其是地方电视台 (目前每年~10%↓)

### 线下

#### 主要媒体

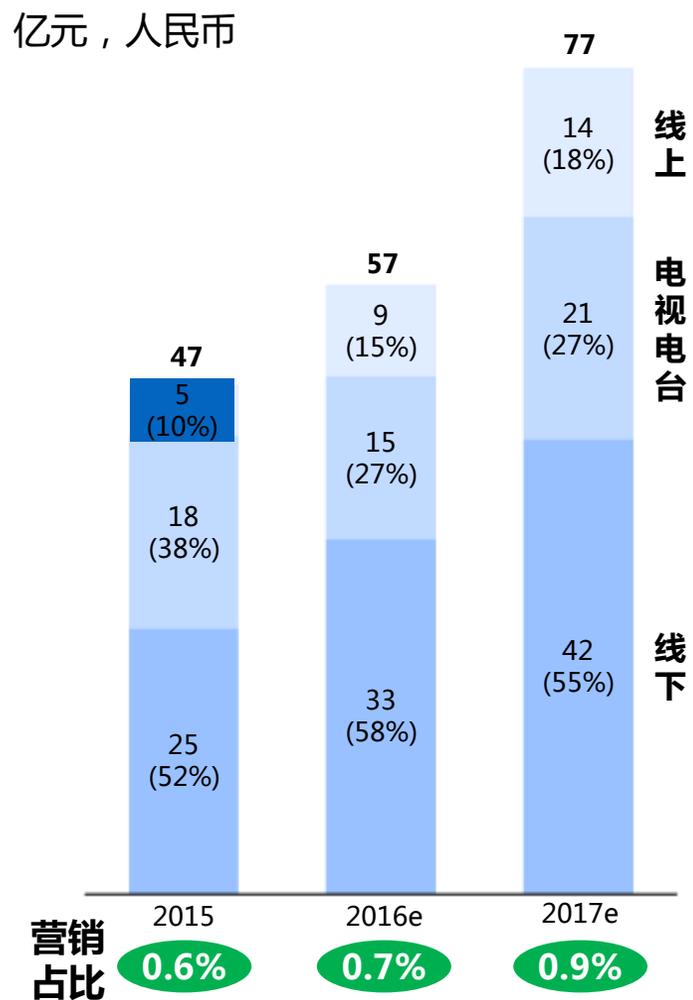


- **户外新媒体视频类占线下65%**：地铁视频、公交视频/楼宇视频等品牌投放占大头
- **强曝光需求**：线下广告不仅针对消费者，也须给潜在投资者信心
- **连锁会让单店摊销营销成本**：如必胜客单店月花费传单~2千；物业~2千；商场~1千；地铁本地媒体~800

# 国内限额以上餐饮营销规模

国内餐饮企业与国际连锁在营销上差距大，预算少；非常关注口碑型媒体；但随餐饮趋向连锁、品牌化，营销规模提升有想象空间。

国内限额以上餐饮营销规模



电视台

- 主要集中在地方电视台，尤其是地方美食节目插播广告（19%）
- 地方美食电台节目也是重要渠道（~8%）

线下

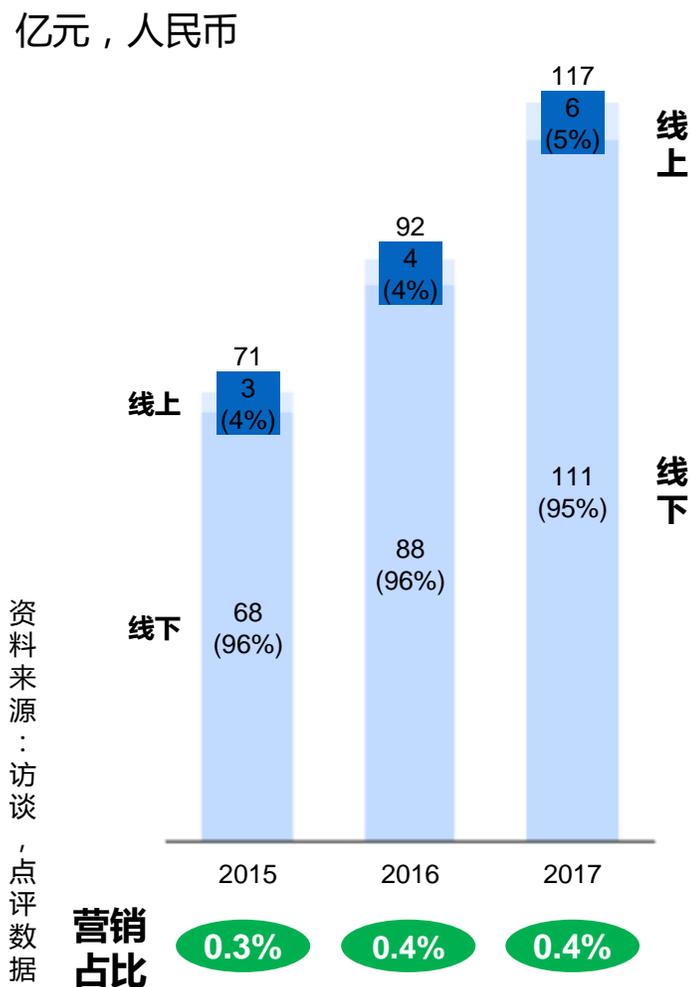


- 店面物料、传单、周边户外营销费用占~40%：强LBS属性，周边1公里内
- 公众媒体支出相对较少：地铁~5%，户外新媒体~9%

# 国内限额以下餐饮营销规模

中国餐饮基数非常庞大，近年来新美大等O2O平台已将商户搬上互联网并进行“全民教育”，将营销费用搬往线上机会与挑战共存。

## 国内限额以下餐饮营销规模



## 媒体投放概况

### 线上

- 总商户数：~500万
- 线上化商户数：~300万(60%)
- 有过线上营销商户：~20万（点评充值2~5千）
- 线上基本集中在大众点评，点评日活跃商户2万（一半为区域），日均ARPU 65元，日投放200~300的居多目前CPC均为1元
- 饿了么呈上升趋势；竞价排名CPC~0.3~3元；另外上海有每周一商圈2500元的包断产品

### 线下



- 绝大部分预算在线下，且集中在店铺周边：菜单、外卖单、活动宣传单、横幅等；传单及店面物料占大头，少量会买的物业广告
- 时间节点：开店、促销
- 部分预算往线上转移，但有限：传单不环保且效果有限，这部分预算可能往线上渠道转移

# 餐饮行业广告位推荐

广告位	规格	曝光量推荐指数	CPC推荐指数	CTR推荐指数	适合细分类目	详情介绍
朋友圈-本地推广	800*800 800*640 640*800	★★★★★	★★★★★	★★★★	餐饮门店	<a href="#">P15</a>
朋友圈-公众号推广	800*800 800*640 640*800	★★★★★	★★★★	★★★★	餐饮新媒体、餐饮线上平台	<a href="#">P16</a>
朋友圈-卡券	——	★★★★★	★★★★	★★★★★	餐饮门店	<a href="#">P17</a>
手机空间Feed	1000*560	★★★★★	★★	★★★★★	餐饮平台、餐饮门店	<a href="#">P18</a>
手机QQ浏览器	640*288 240*180单图 240*180多图	★★★★	★★★★	★★★★	餐饮门店、餐饮平台	<a href="#">P19</a>

以上数据仅做参考，效果数据，不同时段会有不同变化，也受产品、素材、落地页等因素的影响。

## 02 | 行业需求分析

- 餐饮行业营销节点
- 餐饮行业转化路径
- 餐饮行业痛点与解决方案

# 餐饮行业营销节点

□ 善用营销节点，打造餐饮节庆盛宴，开拓客流+引入店。



## 餐饮行的营销节点

新店开业

新店开业，需提前预热，追求强曝光，主要目标人群是在店面周边

单品推广

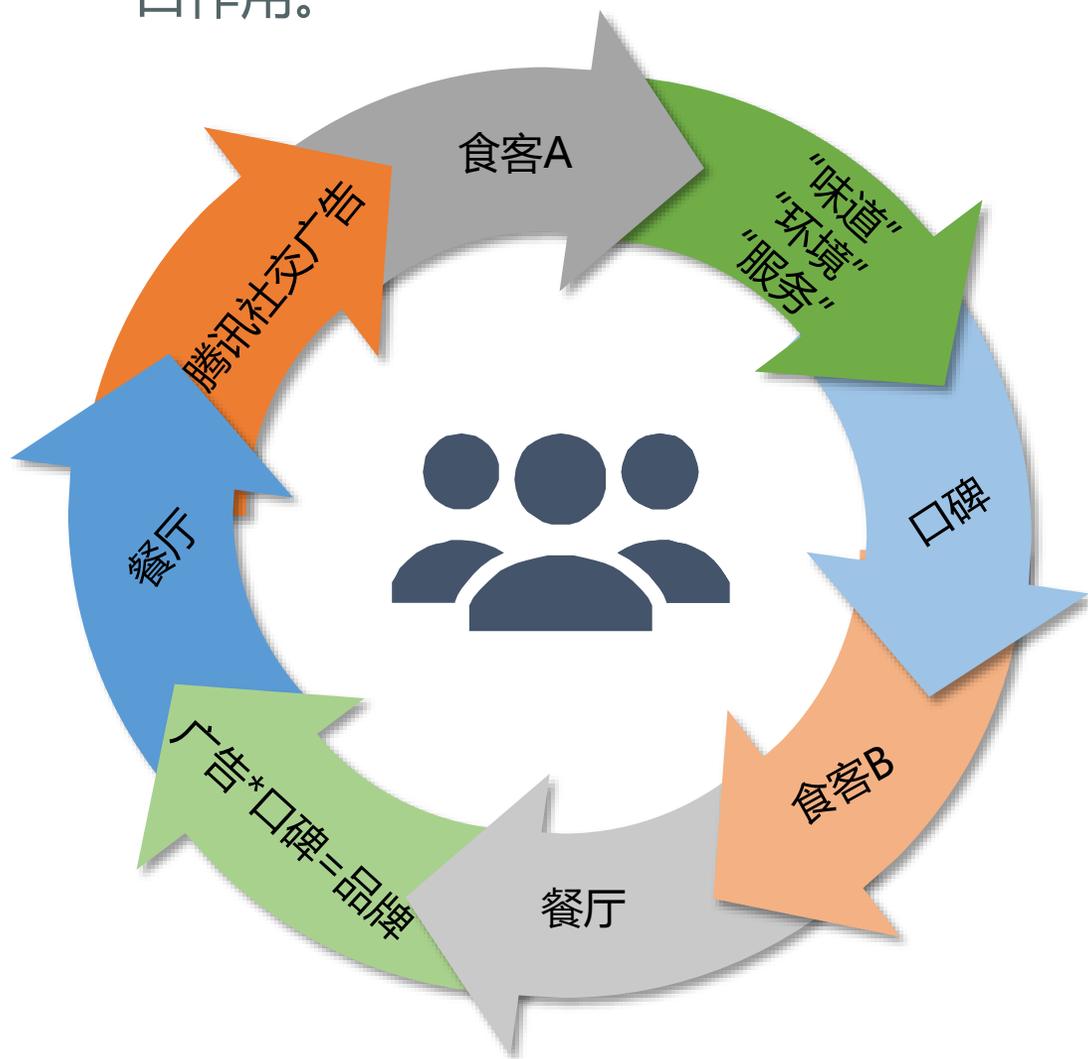
单品推出，主要通过优惠活动吸引客户到店

活动促销

菜品与不同节日或季节紧密结合，如情人节为高级西餐的推广节点

# 餐饮行业转化路径

- 广告媒体在餐饮的商业模式上，承担起为商家推翻地推引流，高效获得线上消费者的撕裂突破口作用。



- **NO.1 餐厅**  
餐厅通过广告媒体平台进行投放广告。
- **NO.2 腾讯社交广告**  
通过广告引发精准区域目标人群的关注和社交传播。
- **NO.3 食客A**  
食客A收到商家广告到店就餐。
- **NO.4 食客体验**  
食客A到店就餐从“味道”、“环境”、“服务”对餐厅进行评价。
- **NO.5 口碑**  
优良口碑在吃货之间迅速传播。
- **NO.6 食客B**  
受到口碑的影响食客B到店体验。
- **NO.7 通过口碑到餐厅**  
餐厅获得食客A和食客B的一致好评，口碑升华扩大影响力。
- **NO.8 口碑造势**  
“你吃过吗”拥有8.99亿日活跃腾讯社交广告造势，形成潮流，打造品牌。

# 餐饮行业痛点及解决方案

餐饮行业对新客户  
引流到店困难

**流量平台**  
**+ LBS + 节庆**  
**热点 + 卡券**



拓新

1

面临老客户流失

**会员盘活 + 再**  
**营销老客追投**  
**回流**



留存

2

传统媒介成本不可  
控，高昂人力成本

**CTR提升 +**  
**精准投放让客**  
**户主动点击**



到店  
成本

3

对实际转化效果无  
从统计

**卡券核销 + 关**  
**注量 + 网页转**  
**化追踪**



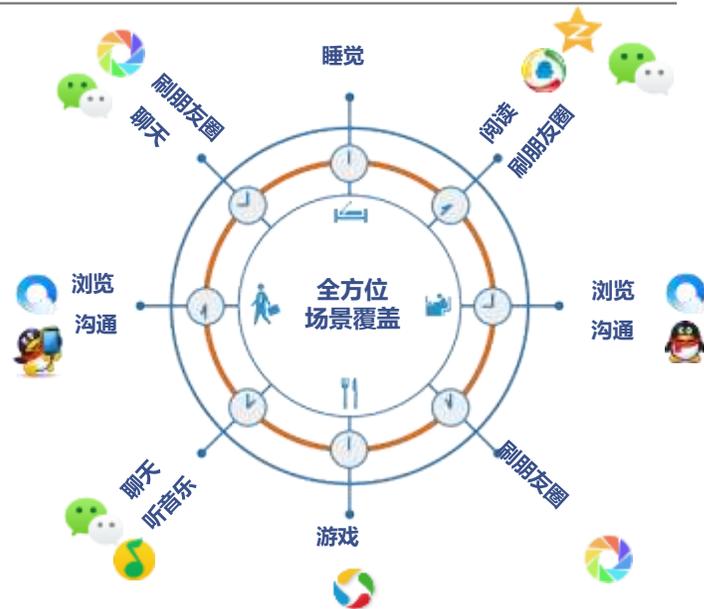
效果统计

4

# 03 | 行业解决方案

- 全场景流量覆盖
- 多维度数据剖析
- 产品资源推荐
- 定向能力推荐
- 营销工具推荐
- 资源运用技巧

# 流量 | 全场景用户覆盖



9.63亿

月活跃用户

160亿

广告日均  
整体流量

跨N屏

独家识别能力

近50%

移动端  
使用市场时长

90%

中国网民  
覆盖率

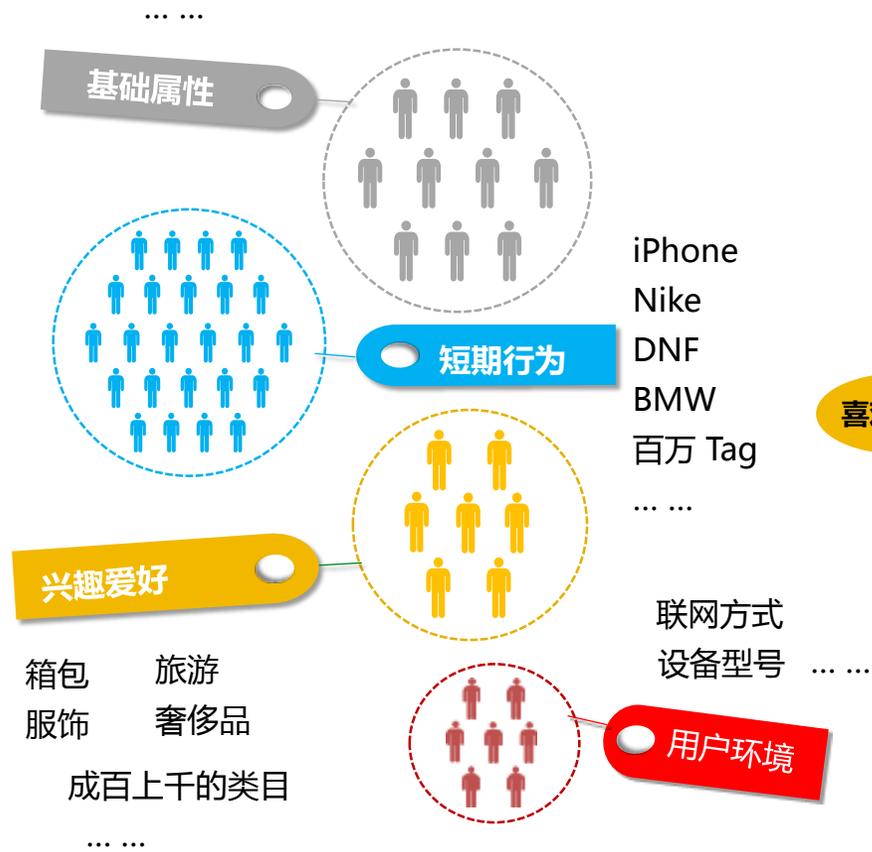
# 人群洞察 | 多维度数据剖析

## 海量数据交叉识别分析



## 多维度、细颗粒度丰富人群画像

学历 年龄 新婚 健身  
职业 性别 吃货 高消费  
地域



## 全方位“读懂”屏幕前的人



# 微信产品资源 | 朋友圈本地推广，门店外显，导航直达

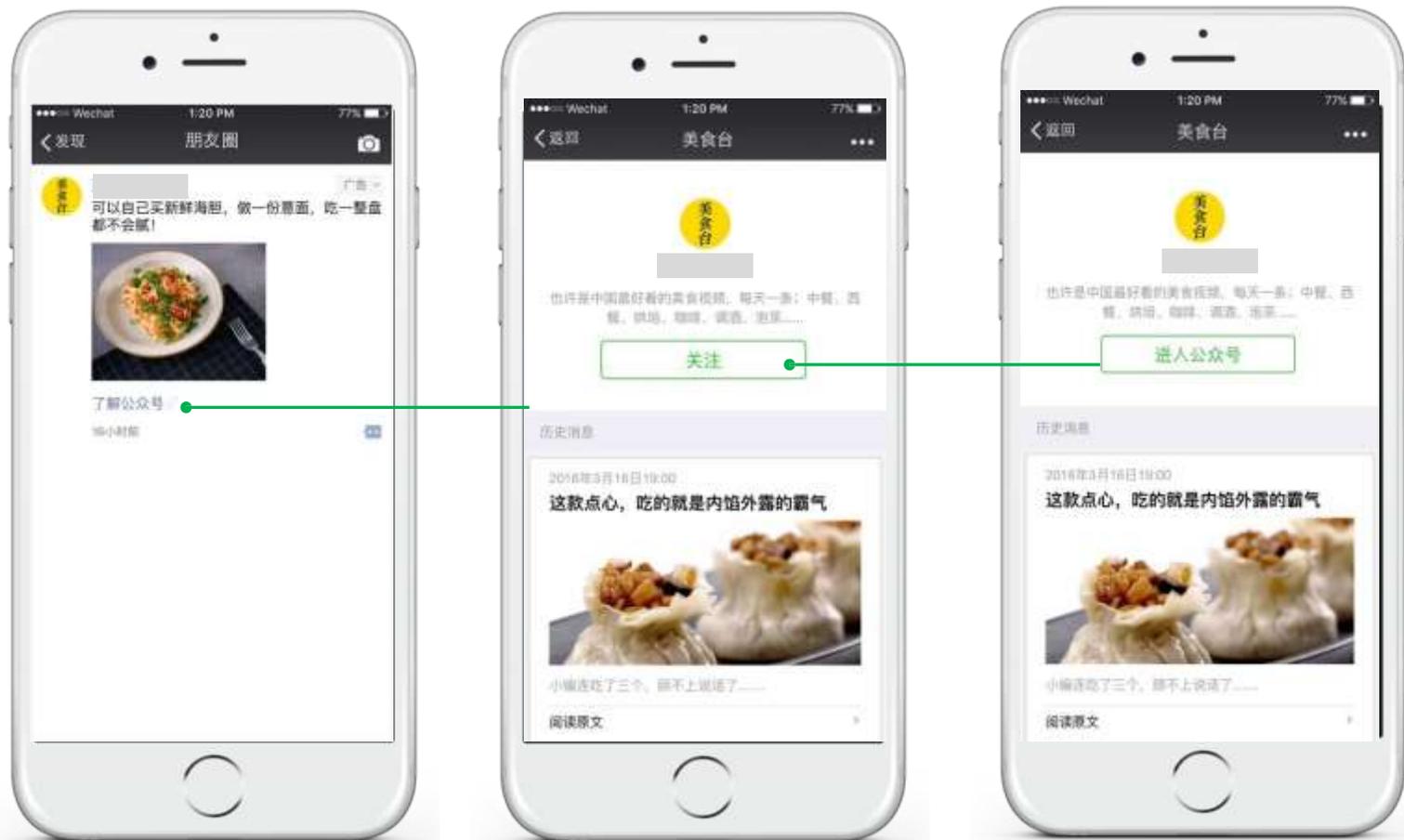
餐饮行业投放广告的目标用户有到店距离的考量，朋友圈广告大曝光、强社交属性贴合餐饮广告主需求，本地推广LBS能精确辐射周边0.5km-5km，灵活打点精准触达；外显的门店地址能强化用户对于餐饮门店的感知。



- 餐饮行业最佳投放模式（LBS门店定位）
- 广告位置：朋友圈第五条
- 曝光量级：每日约十亿级曝光
- 售卖方式：CPM，核心、重点、普通城市
- POI门店地址外显，门店信息，实时导航
- 适合所有餐饮行业拥有实体门店客户

# 微信产品资源 | 朋友圈公众号推广，粉丝聚集沉淀

餐饮行业高频低消的特性，不是“一锤子”买卖。用户能与广告主产生持续性互动是餐饮广告主推广诉求之一，公众号推广能有效将高潜力目标用户沉淀为粉丝，在公众号内形成闭环，从而进行互动营销。



- 广告位置：朋友圈第五条
- 曝光量级：每日约十亿级曝光
- 售卖方式：CPM（千次曝光）
- 适合商户类型：连锁型餐饮广告主、O2O式餐饮广告主

# 微信产品资源 | 朋友圈卡券推广，一键领券，高效触达

新店开业、单品推广、活动促销是餐饮行业主要的营销节点，因此以微信卡券为承载的优惠券是大多数门店商户高频使用的工具，卡券的直接投放能有效将优惠添加至用户微信中保存，临过期3天微信会有提醒，起到二次营销的作用。



- 广告位置：朋友圈第五条
- 曝光量级：每日约十亿级曝光
- 售卖方式：CPM（千次曝光）
- 适合商户类型：新店开业、节日活动促销类广告主。

# TSA产品资源 | 空间Feeds，好友动态场景，吸引眼球

QQ空间拥有活跃账户6.4亿，6成以上的用户为90后年轻用户，这部分也是餐饮行业主力消费群体。信息流广告出现在用户的好友动态中，是一种融入在用户UGC中的原生社交广告，让餐饮广告看起来更像是一则好友的饮食分享，拥有用户天然、无违和感的关注，非常适合餐饮品牌在社交场景与年轻人沟通。



## 手机QQ空间Feeds

手机空间最优质广告位，**需申请白名单**  
**通过后才可投放**

- 展示在手机QQ空间好友动态里，融入于好友动态中
- 每日约十亿级曝光
- 售卖方式：CPC竞价；CPM合约
- 覆盖12-35岁主流人群
- 略偏女性（男44%，女56%）



## 广告规格

1000\*560px，90KB内，JPG  
Logo / 昵称及30字以内文案

## 售卖方式

竞价CPC、品牌合约CPM

# TSA产品资源 | QQ浏览器，原生资讯场景，融入感强

手机QQ浏览器拥有2.8亿月活跃用户，平均月PV有1400亿+，很贴合餐饮广告主对于大曝光的需求。依托腾讯社交大数据，结合深度分析的用户浏览兴趣偏好，将沉浸式的原生广告体验呈现在用户面前，有助于餐饮广告主精准定向目标人群，将广告包装成一则资讯信息，提升用户接受度。



## 手机QQ浏览器

- 广告位置：手机qq浏览器展示在手机
- 曝光量级：十亿级曝光
- 售卖方式：CPC竞价；CPM合约
- 适合商户类型：新店开业、节日活动促销类广告主。

# 定向能力 | 基础定向

□ 基础定向多维度，全场景锁定目标用户

基于大数据下的智能推荐算法及人性化的操作设置。



## 定向设置

### 腾讯社交广告定向体系

一级类目	二级类目
 投放区域	省市、商圈、地标
 基本信息	年龄, 性别, 学历
 用户兴趣	商业兴趣
 营销功能	老客户再营销, 排除营销

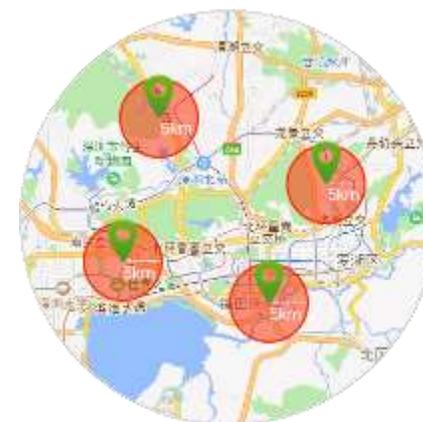
# 定向能力 | LBS商圈定向

- 餐饮行业高频低消的特性，广告主更关注顾客的到店距离，LBS精确辐射周边0.5km-5km，迅速提升门店在周边的知名度。



## 实体店推广

门店附近5km公里内



## 多定点定向

多定点，定点位置5公里内



## 商圈定向

全国4400+商圈

# 微信营销工具 | 再营销/排除营销

- 根据朋友圈对已关注公众号的粉丝、曾领取的微信卡券、曾对广告感兴趣的群体加以利用，有助于餐饮广告主拉新留存营销。

## 再营销 ?

不启用  自定义

向与你的业务有过关联的用户投放广告

- 已关注你的公众号
- 曾领取你的微信卡券
- 曾对你的微信广告感兴趣

## 排除营销 ?

不启用  自定义

排除与你的业务有过关联的用户

- 已关注你的公众号
- 曾领取你的微信卡券
- 曾对你的微信广告感兴趣

**善用再营销进行二次传播，对老客追投回流**

针对公众号粉丝、曾经点过广告、领取过卡券的用户进行广告追投，唤醒老客再次到店消费，提升老客的消费频次和粘性。

**善用排除营销扩大目标群体，增加受众人群**

针对广告主拓新需求，使用排除营销，排除已有老客，扩大新的目标群体范围，精准引流

# 微信营销工具—落地页生成能力

- 餐饮行业广告主普遍落地页制作能力不足，微信广告主后台丰富的落地页形式能解决此问题。0成本、无制作门槛、操作便捷，可灵活搭配不同餐饮门店不同推广需求。



优惠券页面

一键领取直达微信卡包，助力营销。从感兴趣到店，只有一张卡券的距离。



会员卡页面



原生推广页

点击图片直达，支持自由拼接，沉浸式展示，用户体验更佳。



预约表单

活动套餐预约，线索收集，线下邀约至店。

# 微信营销工具—微信卡券

□ 微信卡券是基于微信生态的一套完整的电子卡券解决方案，有助于餐饮商家进行闭环营销。

## 卡券创建流程



## 卡券优势

**制作便捷：**0成本，0开发，完善信息即可一键生成

**原生体验：**流畅体验，固定入口，离线可用，过期前3天有消息提醒

**种类丰富：**支持会员卡、折扣券、代金券、兑换券、团购券

# 微信营销工具—原生推广页 自由拼接

- 原生推广页新增自由拼接功能，将图片、视频、文本、按钮等组件开放，给予广告主自由组合与创作的空间，结合需求可设置外链跳转、卡券领取、关注公众号、下载应用等，在页面里“讲完故事，讲好故事”。



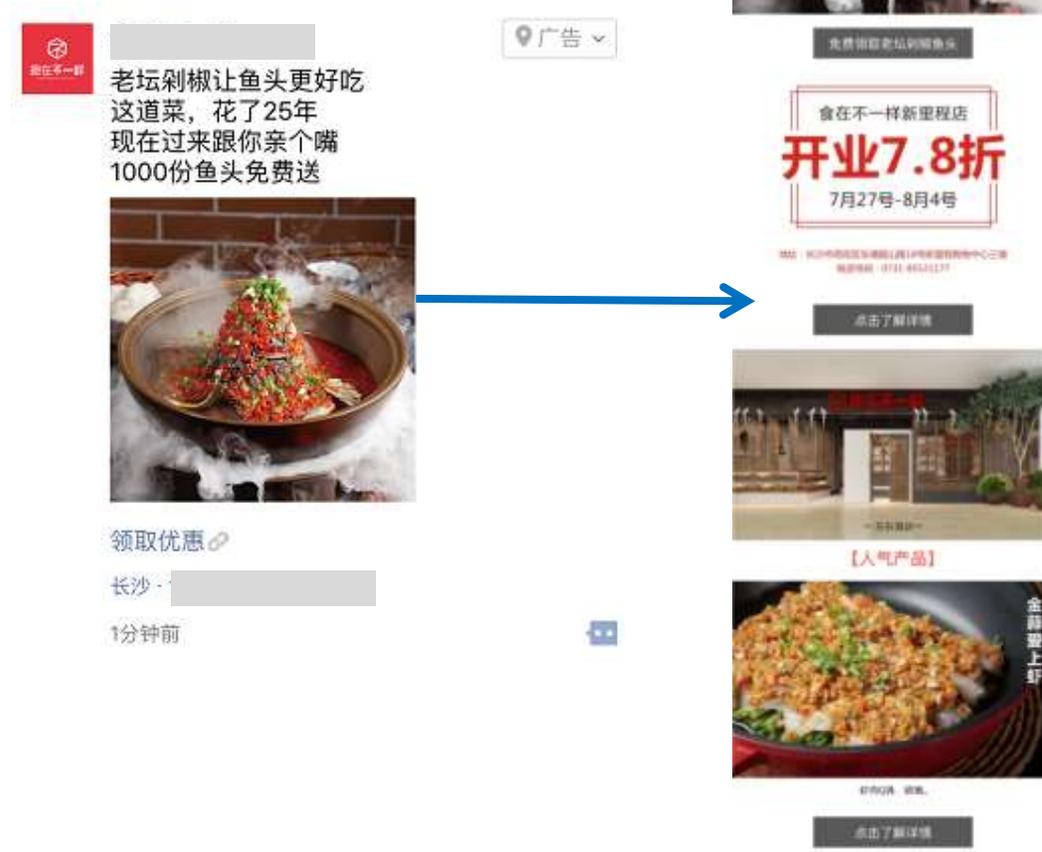
- 均支持字号、颜色、字体类型、对齐方式、顶部边距、底部边距等轻量排版操作
- 具体的素材规格参数以网页上面显示的具体参数为准



相比普通广告形式  
原生推广页广告的细节页进入率提升 4 倍



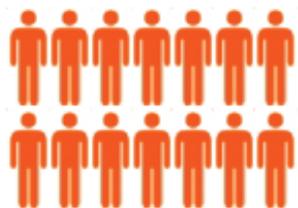
相比普通广告落地页  
原生推广页广告的加载速度提升近 10 倍



# TSA营销工具 | Lookalike相似人群拓展

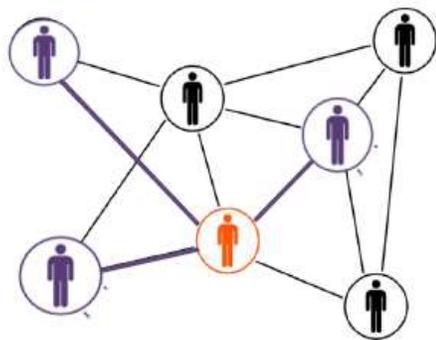
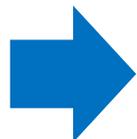
## □ 平台技术优势：第一方数据定向支持-lookalike相似人群拓展

通过大数据技术，找出与已有用户（种子用户）具有相似特征的其他用户，进一步挖掘相似人群。保证精准度的同时，扩大受众范围，获取更多精准用户。

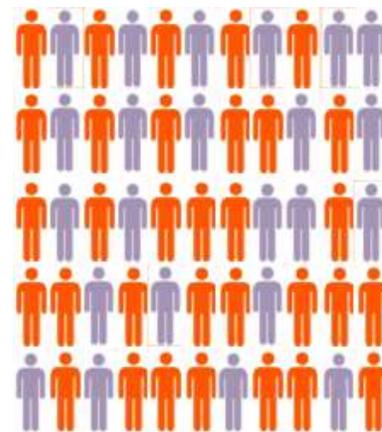
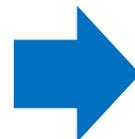


**已有用户  
(种子用户)**

如：点击人群、自定义号码包

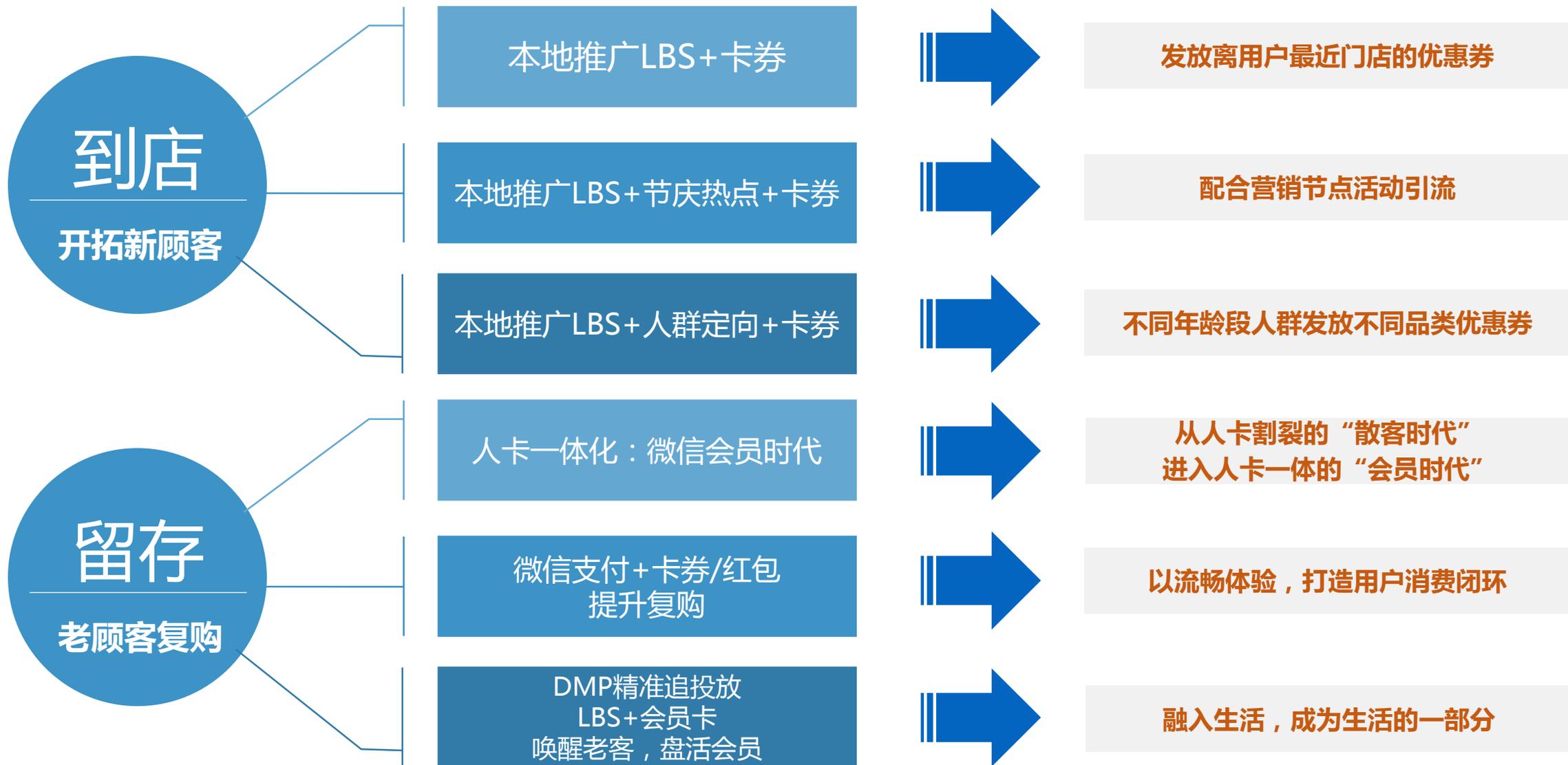


**基于用户画像  
分析提取  
种子用户特征**



**扩大受众范围  
在腾讯用户中找到  
更多精准用户**

# 资源运用技巧



# 04 | 投放经验分享

- 广告三部曲
- 广告准备期
- 广告上线期
- 广告优化期

# 广告三步曲

---

*STEP1*

**准备期**

- 开户充值
- 制定计划
- 创意设计
- 落地页制作

*STEP2*

**上线期**

- 账户搭建
- 数据监测

*STEP3*

**优化期**

- 定向优化
- 素材优化
- 落地页优化
- 审核指引

# 准备期 | 开户充值

## 微信开户流程

### ■ 开户流程

- 登录微信公众平台：<https://mp.weixin.qq.com>
- 无公众号：在页面右上角点击“立即注册”，填写资料，申请注册公众号
- 已有公众号：直接登录公众号后台
- 点击申请开通广告主，填写资料提交
- 账户审核通过，开通广告主，账户充值。

### ■ 认证资料

- 营业执照/个人有效身份证件
- 行业准入资质文件，如：《餐饮服务许可证》。
- 资质主体不一致的，需提供授权证明，如：商标使用授权等。



# 准备期 | 开户充值

## TSA开户流程

### ■ 开户流程

- 登录微信公众号平台：<http://e.qq.com>
- 在页面右上角点击“注册”，申请注册。
- 填写注册信息，提交注册资料
- 账户审核通过，充值广告费用，注册开户完成。

### ■ 认证资料

- 营业执照/个人有效身份证件
- 行业准入资质文件，如：《餐饮服务许可证》。
- 资质主体不一致的，需提供授权证明，如：商标使用授权等。

## 三步即可完成注册!

1 填写基本信息

2 关联QQ帐号

3 补全资质

企业账户  个人账户

企业名称

姓名

邮箱

图片验证码



手机

验证码

获取验证码

已阅读并同意 [《腾讯社交广告合作协议》](#)

下一步

腾讯广告顾问将以官方电话  
0755-81593880 回访并协助您顺  
利开始广告投放，请注意接听。

# 准备期 | 制定计划



## 确定营销目标

- 确定推广目的，营销目标，如：
  - 推广目的：线上优惠卡券发放，线下引流到店消费。



## 选择产品资源

- 根据推广目的，选择合适的广告资源，合理投放，如：
  - 朋友圈本地推广：新店开张，单品推广。
  - 朋友圈卡券推广：适合优惠活动推广。
  - 朋友圈公众号推广：粉丝沉淀。



## 选定目标人群

- 根据推广内容，精准锁定目标人群，如：
  - 推广内容：中餐厅新店开业
  - 定向设置：性别—全选，年龄—18~45，商业兴趣：美食，休闲娱乐等



## 推广预算调配

- 餐饮高频低消的特性，建议分三个阶段推广：
  - ①品牌曝光期——预算1k~5k，提升门店在周边的知名度
  - ②优惠配合期——预算3k~1w，在有曝光基础的前提下，大优惠刺激用户到店
  - ③持续优化期——预算>1w，持续优化投放，新老客户区别营销

# 准备期 | 创意设计

## 熟悉广告规格

### ■ 广告式样

- 图文广告：图片+文字形式
- 图片广告：图片形式
- 视频广告：视频形式
- 文字广告：文字形式

### ■ 广告规格

- 横幅规格：横向矩形状或Banner状。
- 方形规格：正方形或近似正方形状。
- 竖状规格：竖向矩形状。



方形规格，支800px\*800px、  
640px\*800px、800px\*640px



文字广告，文案18字内



图片广告，横幅规格，  
1000px\*560px，90KB  
内

# 准备期 | 创意制作技巧

□ 主题：主打菜品、门店环境、特色服务。



食物



门店环境



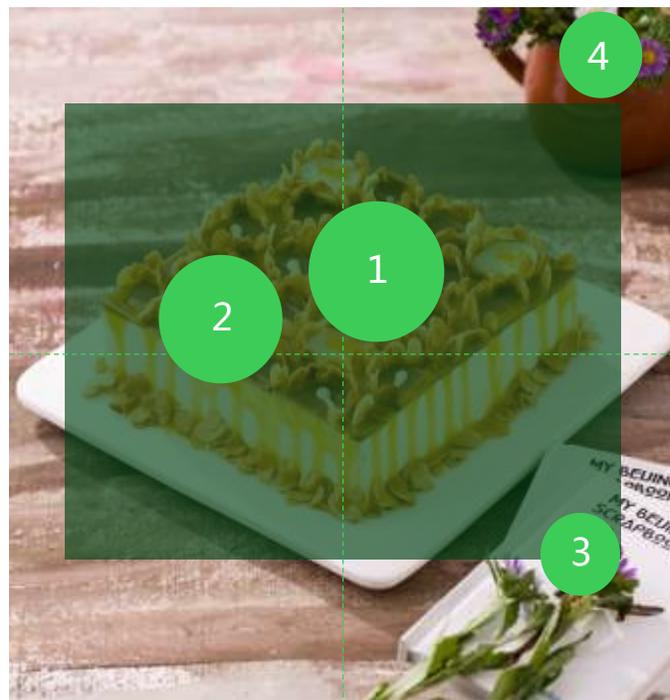
特色服务

# 准备期 | 创意制作技巧

□ 裁剪：我们把画面中第一眼被眼睛抓取的信息，叫做视觉重点。



例图



视觉中心区域

画面的视觉中心位于画面中心中上的区域（矩形色块区域）。产品越靠近这个区域，越容易被用户关注。

**建议：**

让主推产品或者最重要的信息置于视觉中心区域，有利于用户在最有效的时间内抓取广告信息，刺激用户点击欲望。

# 准备期 | 创意制作技巧

□ 拍摄：美食图片重点突出质感，如好吃，好看



平拍（近中景）--平易近人  
最具原生感，全面展示产品。



局部特写--表强调  
最好的突出产品特色，有较强的  
视觉冲击力。



俯拍--冲击力  
最具视觉冲击力，很好的展示  
产品卖点。

# 准备期 | 创意制作技巧

## □ 色调：行业属性色彩建议-暖色调



鲜艳的、高饱和度的颜色通常给人不安定的感觉，使用柔和的色彩，可以为用户提供舒缓轻松的阅读环境，有效的促进用户点击欲望。

# 准备期 | 创意制作技巧

## □ 创意优化案例分享

客户创意



修改后创意



### 误区：

- 1 / 用纯白背景。
- 2 / 图片质量差，美食产品不够吸引用户。

### 修改建议：

- 1 / 选择让用户观看舒适的低饱和颜色为背景色加以元素点缀。
- 2 / 美食类产品，选用高精度且能引起用户食欲的色彩的产品为佳。

客户创意



修改后创意



### 误区：

- 1 / 文字堆积，破坏画面。
- 2 / 图片像素过低，产品不够突出。

### 修改建议：

- 1 / 删除文案，让素材更具原生性，符合朋友圈投放环境。
- 2 / 使用精度高、产品突出的图片。

# 准备期 | 创意制作技巧

- 外层素材决定了是否有较多人点击进链接、门店标识已了解更多信息以及在素材上停留的时间
- 餐饮广告一般是针对新店开业，新品推广，营销节点，配合优惠活动进行推广，建议文案可以菜品介绍+优惠活动，同时应该辅以创意文案拉近与用户距离的语句。



表明优惠力度，刺激到店

结合圣诞节庆，增强代入感

语言空泛，没有主题，让人不知所云

# 准备期 | 落地页制作

## 落地页设计要点

### ■ 基本要求

- 页面内容清晰、简洁，与素材内容相关联。
- 页面布局结构合理，打开加载顺畅。

### ■ 移动页面设计要点

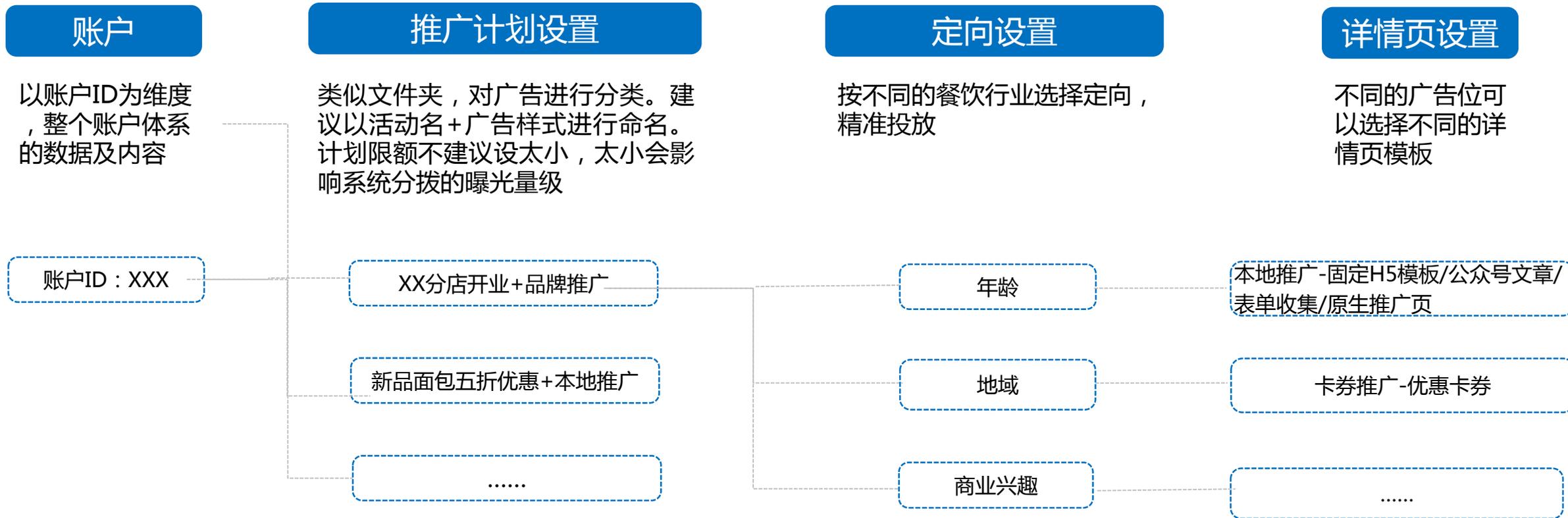
- 使用优惠卡券，描述详细的优惠内容，刺激用户消费欲望。
- 使用色彩饱满食物图，刺激食客食欲。
- 使用店内场景图，增强了用户对于店内环境的感知和代入感。
- 标题突出关键的要素：食物+有优惠。



内层创意是外层素材的延续，可以通过更丰富的信息转化是内层创意的运营目标，内层创意好，用户会自传播与分享，从而形成口碑与带动转化。公众号文章是餐饮行业常见的落地页形式。

# 上线期 | 账户搭建

## □ 账户结构搭建



# 上线期 | 账户搭建

## □ 定向组合配置

### 定向功能介绍



#### 地理位置

根据用户门店、所处商圈、省份城市等位置进行定向。



#### 用户状态

根据学历、婚恋、兴趣等状态定向。



#### 消费能力

根据消费水平、居住社区价格、游戏内付费水平等进行定向。



#### 天气定向

根据穿衣指数、紫外线指数、温度、气候等数据进行定向。



#### 用户信息

根据年龄、性别等信息进行定向。



#### 用户行为

根据上网设备、APP行为、付费用户、应用安装等条件定向。



#### 移动定向

根据设备品牌、系统（iOS、Android）、价格、互联环境（WiFi、4G、3G、2G）、运营商（电信、移动、联通）等定向。

### 定向搭配技巧

#### ■ 定向组合

□ 实际使用中，一般采用多种定向组合搭配使用，如下：

- 用户信息+LBS地理位置+用户兴趣
- 用户信息+LBS地理位置+联网状态
- 用户信息+LBS地理位置+再营销/排除营销
- .....

#### ■ 注意事项

- 具体搭配是，根据产品及消费人群，选择合适的定向搭配，如，高端西餐厅，选择25以上有消费能力的年龄层更佳
- 定向组合中，切勿组合太多，以免影响曝光和精准度，每个定向组合，一般设置2~3个精准定向。

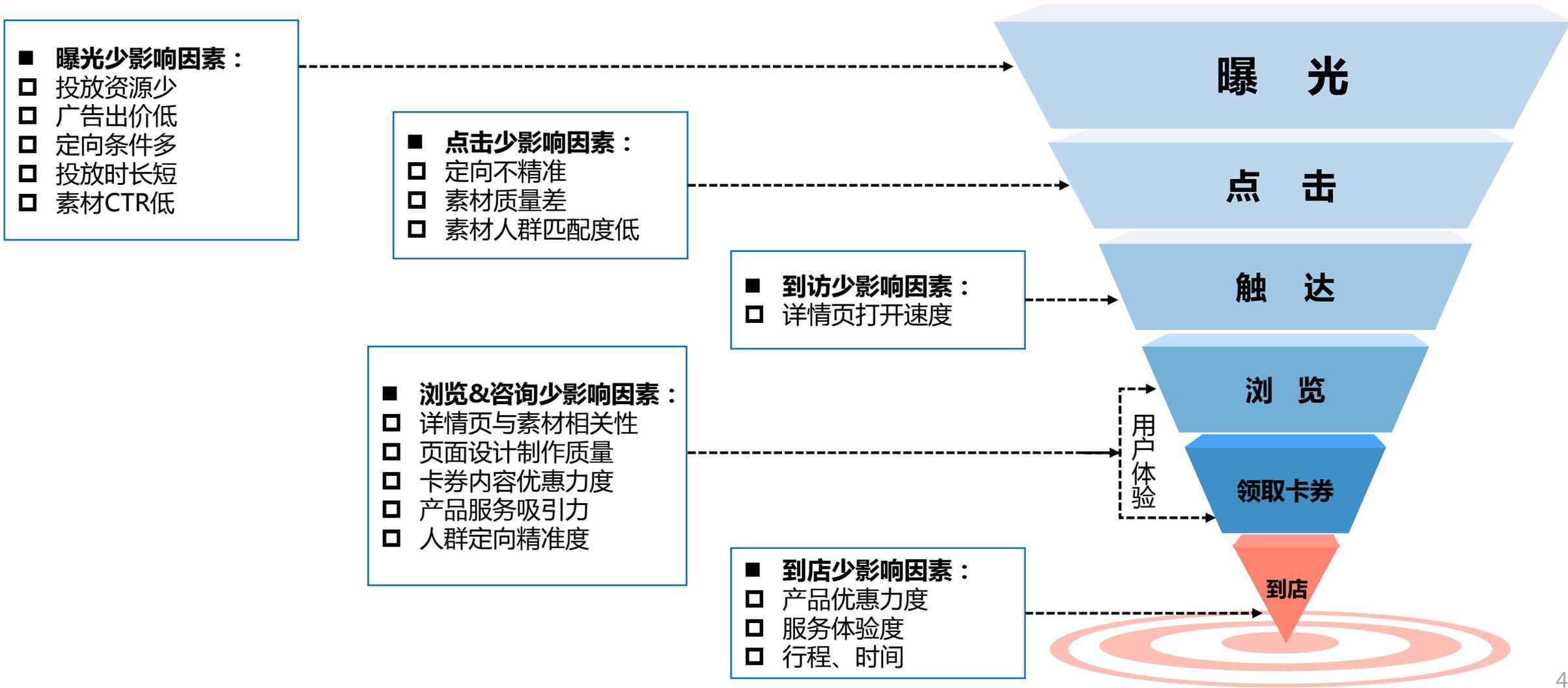
# 上线期 | 数据监测

□ 投放数据监测有利于把控广告投放情况，做出及时、适当的调整

新广告上线时间	关注点	优化动作
2~3小时	曝光量级	出价优化（提价抢量）、定向优化（放开定向拿量）
5~8小时	CTR、CPC	定向优化（提升精准度），出价优化（降价or提价）
8~12小时	曝光、CTR、CPC、CVR	定向优化（放开or缩窄）、出价优化（降价or提价）
次日	前一天整体数据	定向优化、出价优化、素材优化
上线后2~3天	投放期间的曝光、CTR、CPC、CVR趋势	素材更新、定向优化、出价优化

# 上线期 | 数据监测

## 投放数据分析



# 优化期 | 定向优化

□ 同一广告图片基准下，设置不同定向，在测试期内监控广告跑向，得出最佳定向

□ 采取**通用定向（性别、年龄、地域）+精准定向**的形式进行测试



# 优化期 | 素材优化

## □ 在运营引导下，客户素材风格的变化

2016年10月



- 设计感差，构图无真实感。
- 菜品不清晰，缺乏吸引力。

2016年12月



- 广告通过增加图片展示，让页面更生动。
- 色调单一，文案缺乏竞争力，图片不完整。

2017年1月



- 采用俯拍的形式让画面视觉冲击力强、突出菜品特色。
- 整体偏暖色调，增加食欲感。

2017年4月



- 画面通过第一人称视角，展示食用动态，画面代入感强。
- 画面构图饱满，空间感强，色彩对比鲜明。

# 优化期 | 落地页优化（原生页自由拼接）

点击图片 ➡ 直接抵达落地页

- **提高用户体验**：由图片直接展开，用户接受度高、增加品牌认知
- **提高有效点击率**：点击图片后直接抵达落地页，**有效点击率提高2倍**
- **降低领券成本**：结合原生页内容和，下单**成本降低30%**



优化前



优化后



● 点击后直接进入落地页

# 优化期 | 审核指引

□ 除了常规审核外，餐饮行业广告需注意以下内容：

- 广告不得以新闻报道，行业资讯，社会热点，国民热点世界等形式进行宣传。如：本地多家电台媒体争相采访报道。
- 不可借用央视，舌尖上的中国等知名电台或节目进行宣传。
- 酒不可作为赠品，广告中不能出现饮酒场景，包含酒的广告定向年龄需在18岁（含）以上。
- 广告不得以功能性、医疗性、保健性的相关描述。如：益智，增强抵抗力，增强免疫力。
- 广告不得以“纯天然”一词作为宣传。
- 广告中不得使用“火爆”等夸大或承诺词汇，如‘火爆杭州’。
- 广告中如果涉及食物重量，单位统一使用g、kg小写字体。
- 通过集赞，转发好友或朋友圈等获取优惠活动形式均不支持，属于诱导分享。
- 通过关注公众号报名参加活动或获取优惠形式均不支持，属于诱导关注。

# 05 | 行业案例参考

# 案例分享-饮料饮品



客户需求：线上下单，到店转化。

## 投放目标人群

深圳市福田区CBD白领女性

## 精致素材，引发购买欲望

以清新亮丽的视觉迅速抓住眼球，配合38层高空、270观景视角给人营造一种高端消费体验的感受，广告覆盖18-35岁的都市CBD白领女性，贴合这些白领女性精致、优雅的性格，为她们打造一种高雅、精致、浪漫的生活体验，使得详情页自带传播属性，首次推广原生推广页被查看2200多次。

> 5.5%

详情页点击率

< 1 元

详情查看成本

< 4 元

互动成本

# 案例分享-饮料饮品



客户需求：品牌曝光，吸引到店。

## 投放目标人群

杭州市区，门店周边5km。

## 美女图片吸睛

外层图片采用了美女图吸引用户眼球，配合文案的描述，吸引用户点击。

## 优势产品结合

采用沉浸式体验+微信卡券两种优势产品强强联合，更好地提高转化效果。其中，沉浸式体验有利于减少用户跳转流失。

< 1 元

详情查看成本

> 20 %

广告点击率

< 2 元

卡券领取成本

# 案例分享-西餐披萨



客户需求：节日营销，吸引到店。

## 投放目标人群

秦皇岛海港区年轻人

## 卡券推广让领券更容易

采用朋友圈卡券推广，简化领券流程，通过卡券建立起与客户之间的联系。

## 卡券统计反馈转化效果

使用优惠券吸引客户到店消费，通过领券统计和核销统计，更好地实现了广告实际转化效果的统计。

< 2 元

卡券领取成本

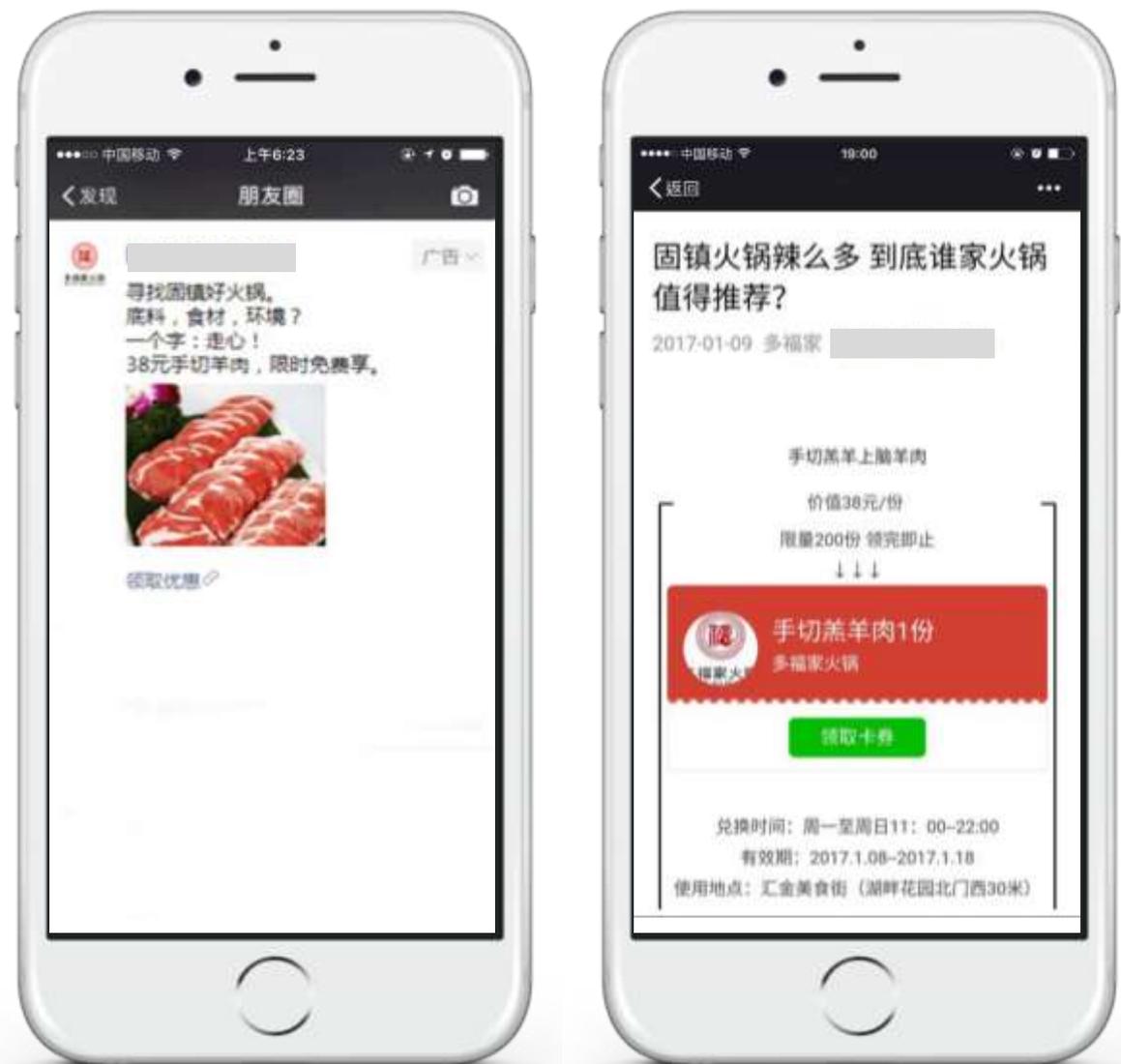
> 4 %

详情页点击率

> 4 %

图片点击率

# 案例分享-中餐火锅



客户需求：品牌曝光，吸引到店。

## 投放目标人群

固镇县（安徽省蚌埠市下辖县）。

## 食材图片+活动文案

采用火锅食材的图片，配合文案中的优惠介绍，直击用户痛点，跳转按钮文案为“领取优惠”，更是吸引用户点击。

## 卡券刺激，促进到店

采用朋友圈活动推广，在落地页文章中插入卡券，刺激客户到店消费。

< 3 元

卡券领取成本

> 70 %

卡券领取率

> 4 %

详情页点击率

# 案例分享-休闲小吃



客户需求：品牌曝光，吸引到店。

## 投放目标人群

喜欢运动健身的女性。

## 互动式文案+食物图片

采用互动式文案，拉近与用户的距离，让广告更具融入感。采用食物图片，勾起用户食欲，吸引用户点击。

## 卡券刺激，促进到店

在文章中插入了卡券，通过卡券建立起与客户之间的联系，通过优惠吸引用户到店。

> 20%

卡券核销率

> 6%

详情页点击率

> 15%

图片点击率

# 案例分享-中餐火锅



客户需求：新品上市，品牌曝光。

## 投放目标人群

固镇县（安徽省蚌埠市下辖县）。

## 食材图片+活动文案

采用火锅食材的图片，配合文案中的优惠介绍，直击用户痛点，跳转按钮文案为“领取优惠”，更是吸引用户点击。

## 卡券刺激，促进到店

采用朋友圈活动推广，在落地页文章中插入卡券，刺激客户到店消费

> 25%

广告点击率

< 1 元

详情查看成本

# 案例分享-法式铁板烧



客户需求：品牌曝光，吸引消费。

## 投放目标人群

宿城区/宿豫区，28-50岁的中高等收入群体。

## 场景图片+活动文案

采用烹饪食物的场景图，展现出了环境、食材、技术的高端。文案重点突出了开业优惠，且优惠力度较大，直击用户痛点。

## 活动品牌推广曝光品牌

落地页为公众号文章，通过文章向用户详尽地展现品牌特色和优惠详情。

> 7 %

图片点击率

< 2 元

详情查看成本

# 案例分享-烤鱼店



客户需求：精准定位，吸引到店。

## 投放目标人群

武汉市江汉区，喜欢餐饮美食的用户。

## 插入微信卡券，刺激到店消费

在落地页文章中插入多张优惠卡券，通过卡券优惠吸引客户到店消费，建立了与客户之间的联系，实现了广告转化效果的统计。

## 卡券到期提醒，实现二次营销

客户领取了微信卡券至卡包，卡券即将到期时还有提醒功能，起到二次推广的作用。

> 45 %

卡券领取率

> 3 %

详情页点击率

# 案例分享-中餐小龙虾



客户需求：精准定位，吸引到店。

## 投放目标人群

深圳福田，门店周边2km，13-60岁的用户。

## 活动文案+食物图片

文案直接凸显周年庆优惠，且优惠力度较大，直击用户痛点。采用精美的食物图片，强烈的勾起了用户的食欲，促使用户点击。

## 沉浸式体验更符合用户行为习惯

用户点击图片直接进入沉浸式页面，极大提高了详情页触达率，减少用户的跳转流失。

< 1 元

详情查看成本

> 3 %

广告点击率

# 餐饮微信优化案例



## 海港区建新里老赵饺子馆

该广告主是荣获国家“中华老字号”称号的饺子馆，主做中式餐饮。

### 投放背景

广告主门店在周边有一定的知名度，朋友圈广告是第一次做线上推广，推广目的主要目的是为门店引新客流，提升老客户的到店消费频次。

### 优化效果

查看详情率：**2.69%**，提升**1.66%**

卡券领取成本：**0.9元**

## 优化策略

- 优化前文案素材：品牌介绍+品牌logo图片
- 优化过程：
  - 1.保持定向不变，调整文案，以互动式的口吻+优惠刺激+真实食物图片，提高了吸睛度和用户代入感。新广告上线后查看率提升了1.66%，证明文案素材内容对于点击率有直接的影响。
  - 2.广告主本身在周边有一点知名度，推广形式主打促销优惠。结合微信卡券功能，推出免费蒸饺活动，刺激用户利益需求点。
- 优化结论：**互动式文案+优惠内容+食物实拍图+微信卡券**，刺激目标用户利益点，吸引到店消费。

## 经验总结

**巧用微信卡券打造营销闭环**，结合微信卡券功能，以发优惠券的形式，实现了从线上到线下的营销闭环。一方面提高了点击率，一方面与用户建立了联系。同时解决了效果直观统计的问题。

# 餐饮TSA优化案例



## 北京海伦品牌管理股份有限公司

该广告主属轻吧/pub，是专门为年轻人量身定做的聚会空间。

### 投放背景

客户投放过微博、新媒体、视频直播等多个渠道，但是都无法统计到进一步转化数据，无法评估推广效果；另一方面客户以前的推广素材都使用同一张素材，急需测试年轻用户群体喜欢的素材类型。

### 优化效果

查看详情率：**3%**，提升**1%**

落地页触达率：**70%-75%**

互动成本：**11元**

## 优化策略

- 优化前素材：素材文案使用老素材、前后素材色差不明显，落地页推广微信文章。

- 优化过程：

- 1.新建广告，定向、出价保持一致，上传3套不同素材测试，点击率提升30%。

- 2.落地页使用后台枫页模板，最终统计到页面触达率为75%，互动成本11元。

- 优化结论：**素材元素=聚会场景+门店环境或聚会场景+酒杯炫图动式文案**，前后两张素材选择色差较大的，文案更贴近空间好友动态说说口吻，减轻广告商业化体验，原生感更强。

## 经验总结

**巧妙利用A/B test**，保持其他条件不变进行单变量测试，测试广告数越多越有利于总结，并对账户总体竞争力提升有益。测试周期可以为1天，第2天可以根据变量数据及时调整。

# 06 | 投放运营服务

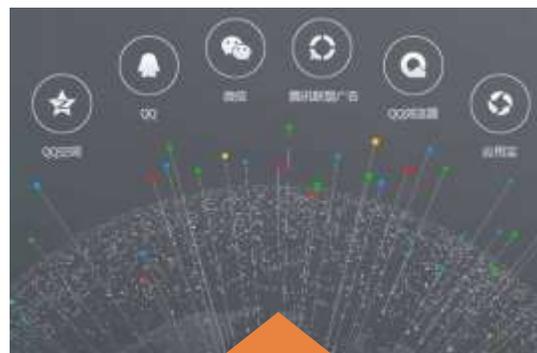
# 我们的服务能力

我们始终坚持与企业团队并肩协作，通过更专业更全面的服务能力，共筑最具商业价值的合作关系。



## 营销中心运营团队

全部通过腾讯营销学院认证



## 优享腾讯全网资源

开通白名单资源、新产品优先测试



## 提供一站式解决方案

广告效果结案报告、节日营销方案  
优秀创意推荐、案例包装宣传推广



## 1V1贴心服务

周到的客情关怀  
绝不收取任何服务费用

# 我们能做什么



## 开户注册

根据开户资质要求，帮助客户注册和创建广告投放账户



## 账户指导

指导广告投放，帮助广告主掌握账户投放技巧



## 效果优化

根据客户需求，提供效果分析报告以及活动营销建议方案等运营服务



## 产品培训

新产品上线优先邀请内测，并给广告主提供产品培训，帮助广告主获得更多机会



## 创意素材

协助广告主优化创意素材，定期提供优质素材参考指导



## 增值服务

我们可以为成功客户包装案例，在官方渠道免费进行市场宣传推广，扩大品牌影响力



腾讯社交广告  
Tencent Social Ads

腾讯社交广告营销中心 | 餐饮行业运营组