

# 创协×豪丽斯

## 合 作 方 案





C O N T E N T

1 策 略 推 导

2 外 送 板 块

3 外 摆 设 计

4 传 播 策 略

# 核心目的



ROI当然最重要！

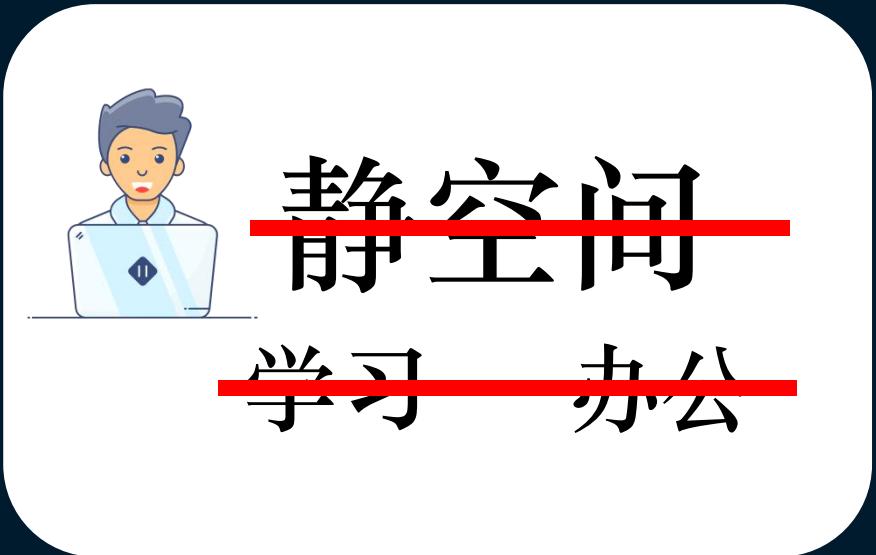


# 核心目的



改变认知，让其深入人心

# 核心定位



# 核心感知

豪丽斯是？





# 核心感知 · 关键词

懂我的

能提供体验  
或情绪价值的

能拍照的

好玩的/有趣的



C O N T E N T

1 策 略 推 导

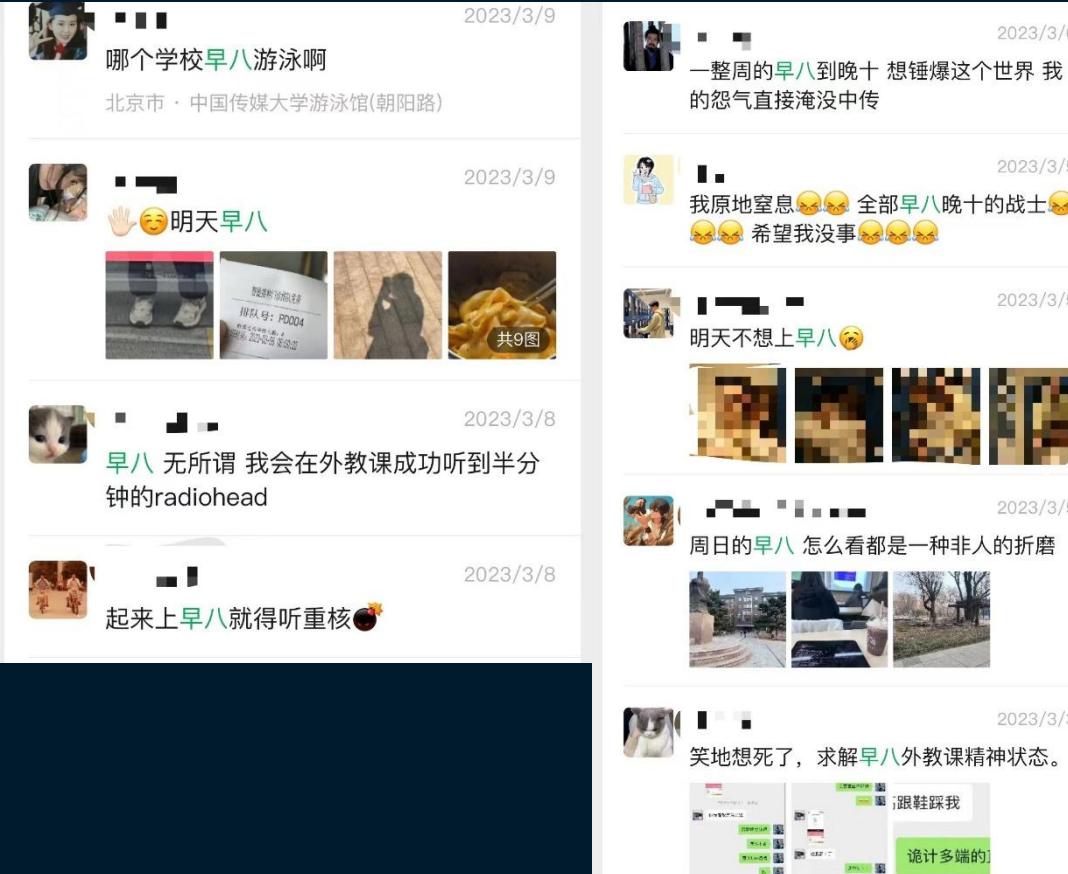
2 外 送 板 块

3 外 摆 设 计

4 传 播 策 略

# 消费者洞察

## 早八学生急需提神续命



# 业务空白

- 1) 无配送到具体教室的便利服务
- 2) 大部门商铺较难满足早八咖啡需求



梆子井瑞幸咖啡**7: 00**营业

校内瑞幸咖啡**8: 30**营业

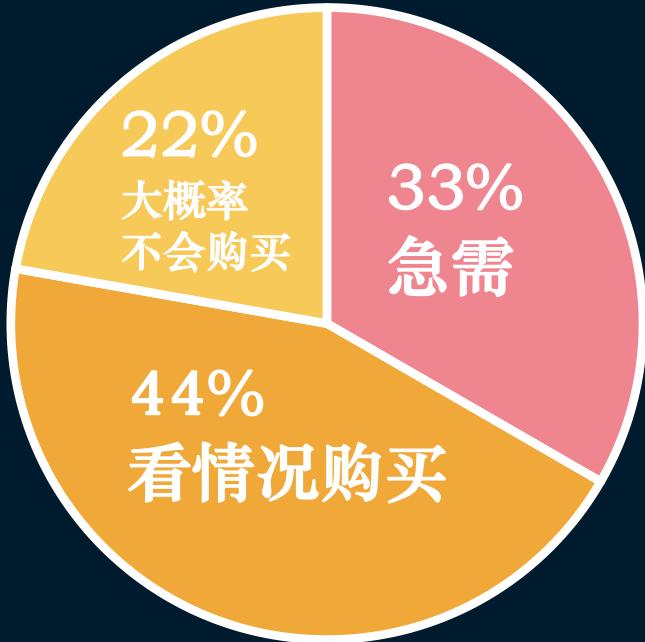
校内 MOMO**8: 30**未营业

校外 大书房**10: 00**营业

校外 挪瓦咖啡**7: 30**营业

# 需求摸底

早八人群庞大，且需求较强



年级	人数	本学期早八节数目
2022级 (大一)	3236	均约3节
2021级 (大二)	2756	均约2~3节/周
2020级 (大三)	2827	均约2~3节/周
2022级 (研一)	1800	均约2节/周

保守估计，本学期早八每周约有**2.65W**人次

# 服务概览

Step 1

预约点单

每日20~23点用共享文档/  
小程序统计第二天早八预约  
点单；

每隔一小时发布点单提醒/  
每日推荐



Step 2

专人配送

提前招募学生  
利用利润吸引  
利用违约惩罚约束



Step 3

注意事项



在7: 50之前送达



教室后排/前排



细致的社群运营对接团队  
小程序

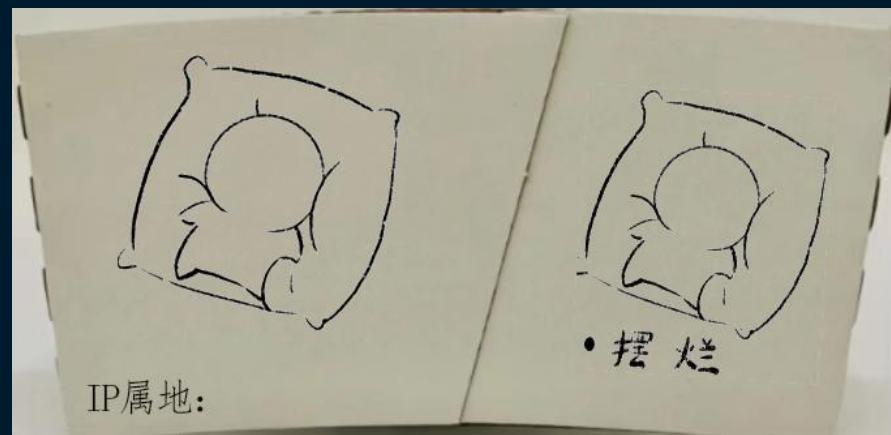
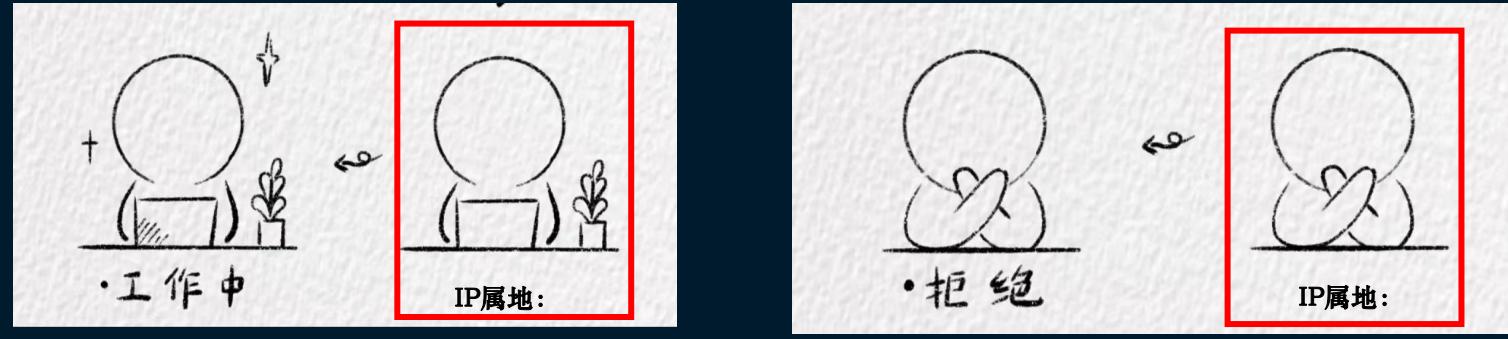
# 配套包装

搭载生活化场景 → 放大情绪 促使分享

▲画上你的早八专属 emoji»

设计小人杯套 和 emoji贴纸

消费者可通过用笔给小人加上表情/  
贴上附赠的情绪贴纸来diy情绪emoji





C O N T E N T

1 策 略 推 导

2 外 送 板 块

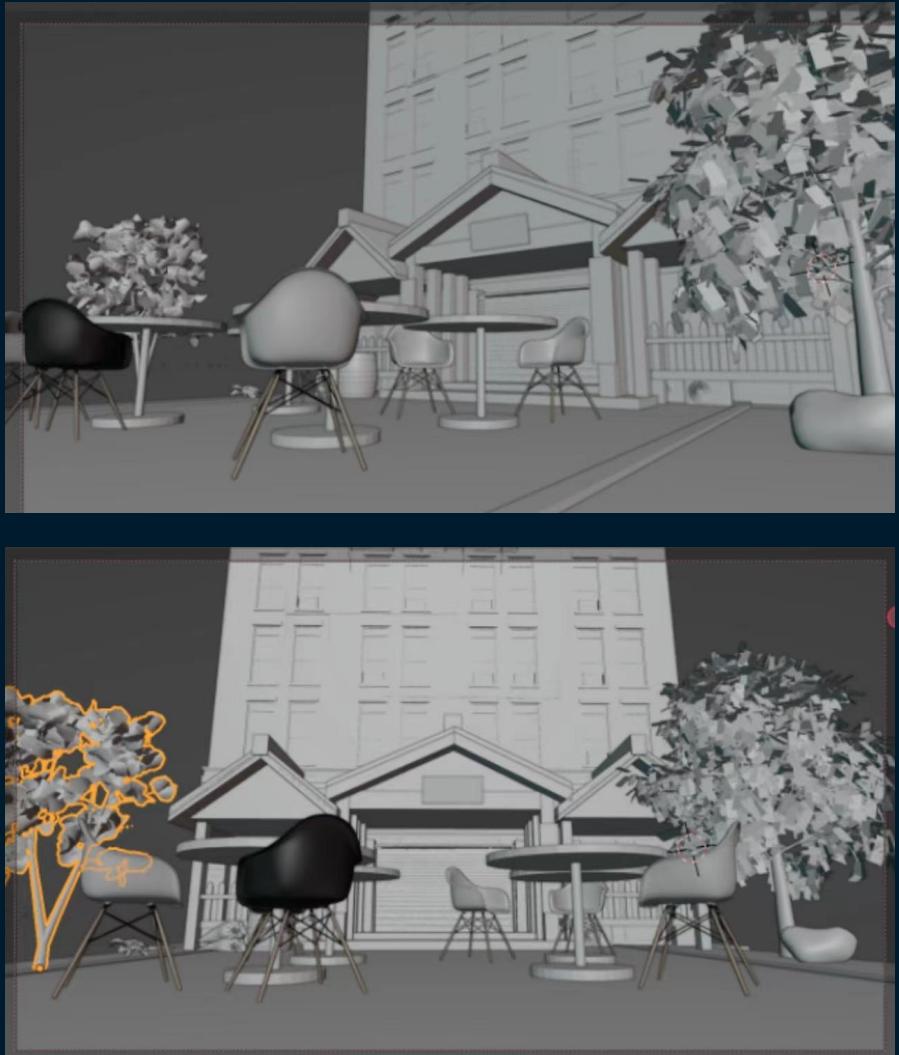
3 外 摆 设 计

4 传 播 策 略

# 豪丽斯外摆空间现状



实景图



3D示意图

# 外摆感知

如何通过外摆满足以下感知



懂我的

能提供体验  
或情绪价值的

能拍照的

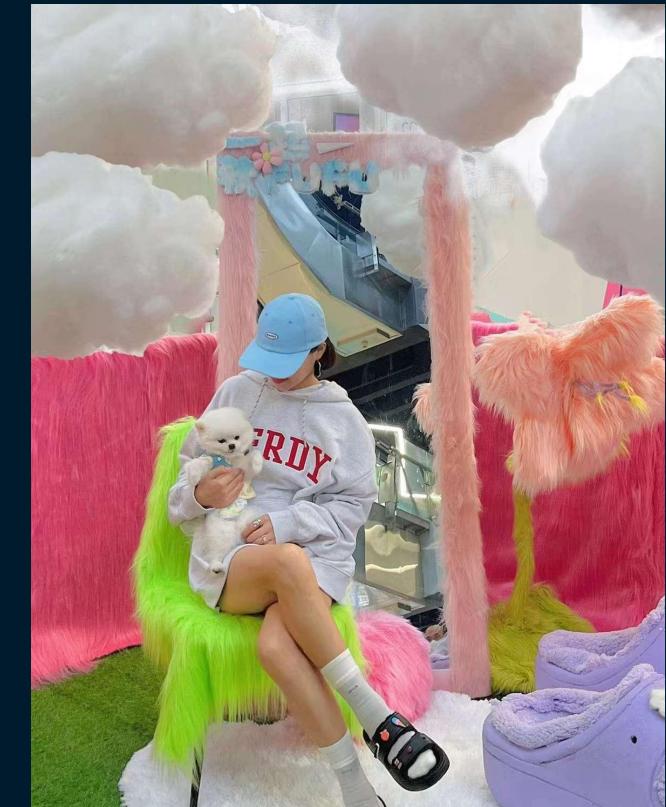
好玩的/有趣的

# TA画像



感性 潮流  
治愈 文艺 情怀  
颜值 温暖

# 外摆空间风格参考



# 外摆空间内景手绘示意图



# 外摆空间内景预算



物品清单	价格
毛茸花*4 (巨型-中型-小型)	980
长毛绒怪兽玩偶*8	240
塑料眼睛*100	10
云朵灯及假云*5	490
全身镜	160
打卡椅	160
适量毛绒布料	290
总计	2430

# 外摆空间外景手绘示意图



# 外摆空间外景预算

物品清单	价格
扭扭花 适量	400
石板 适量	290
适量毛绒布料 (铺在现有的桌椅上)	340
屁墩*5	120
仿真草坪20平	140
总计	1320

# 配套包装示意图



延续毛茸茸



延续场景可爱IP



C O N T E N T

1 策 略 推 导

2 外 送 板 块

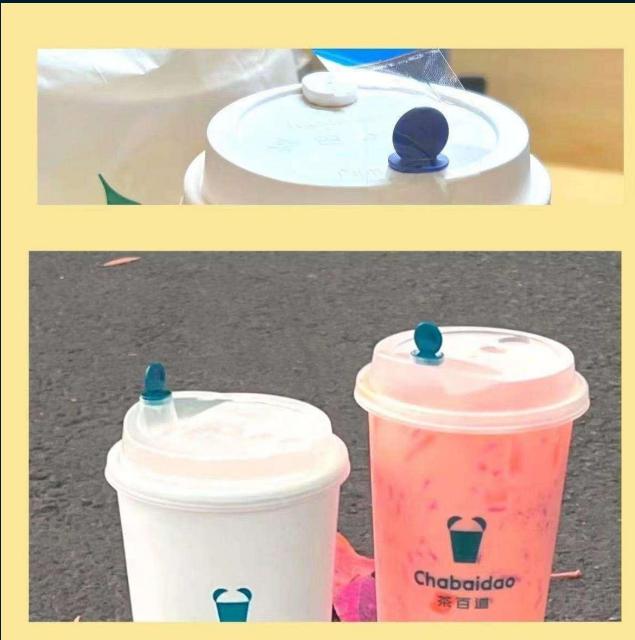
3 外 摆 设 计

4 传 播 策 略

# 传播策略

- 1 包装设计
- 2 测试类推送题
- 3 视频号传播

# 包装设计



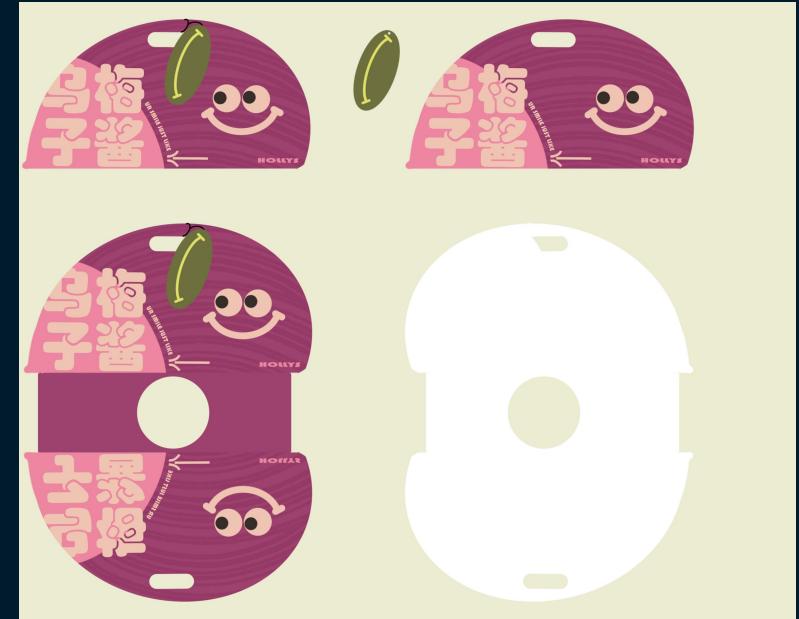
结合中传IP元素

# 包装设计



在TA中传播力强的设计参考

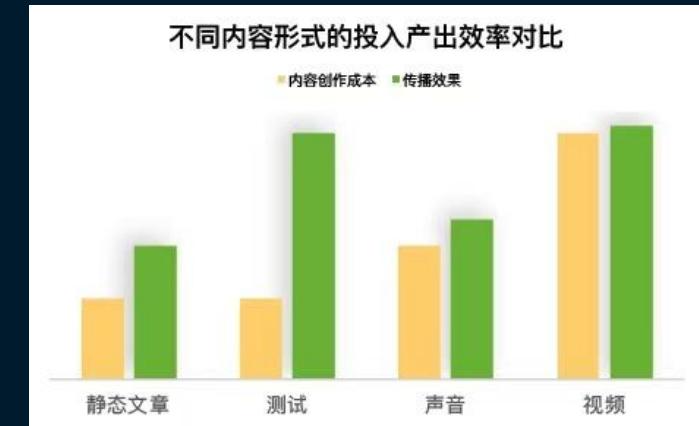
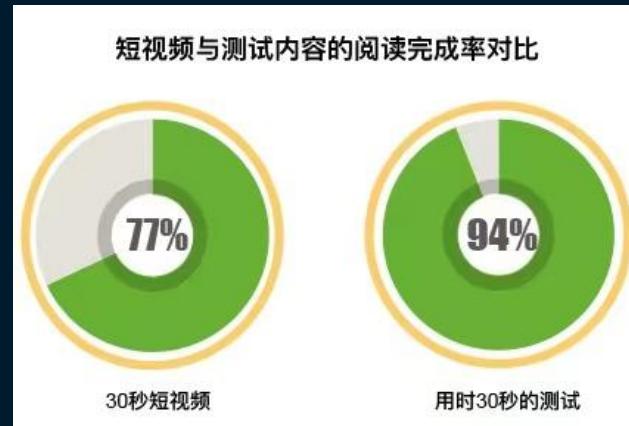
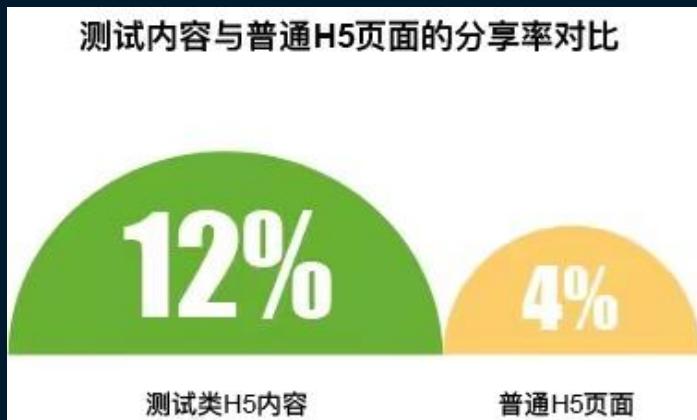
## 饮品乌梅子酱包装设计



绿叶插口处，可插共情文案/歌词等

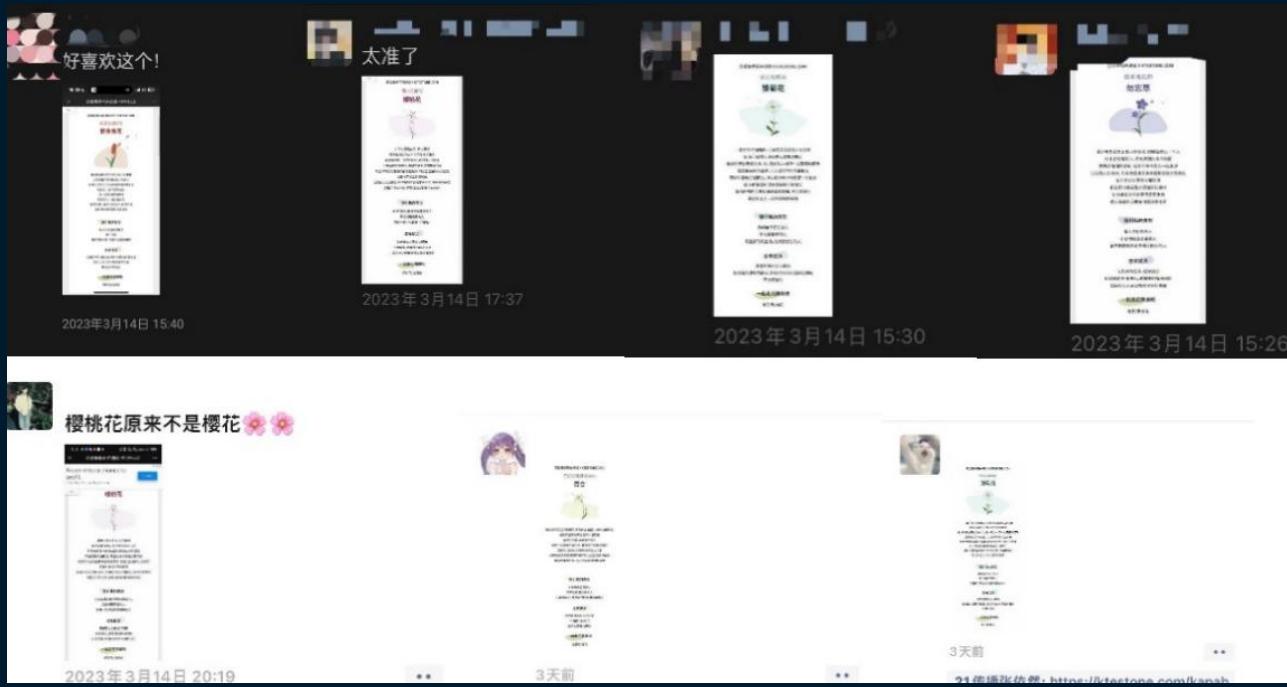
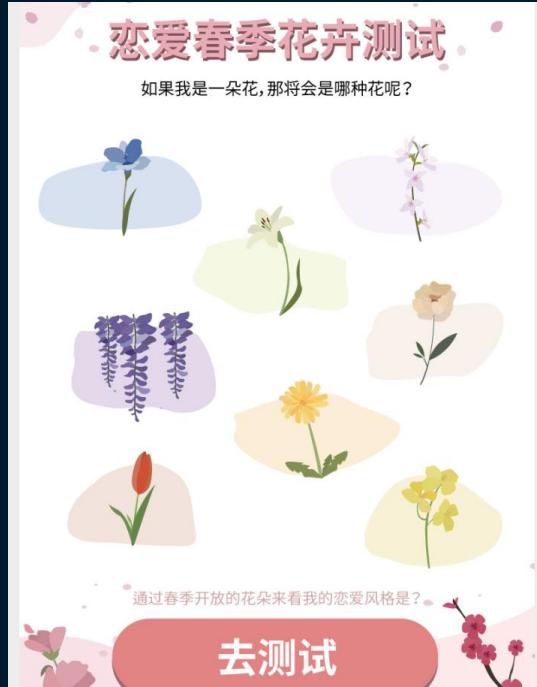
# 测试类推送题

投入产出比高



# 测试类推送题

TA愿意主动传播



例：3.14日一款恋爱春季花卉测试刷屏朋友圈

# 测试类推送题传播路径

1、公众号发布宣传海报



2、进入H5界面开始答题

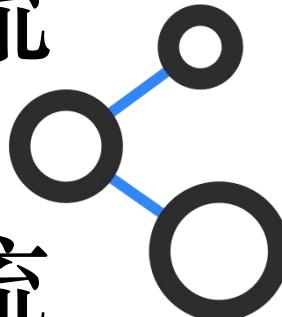


3、分享至朋友圈

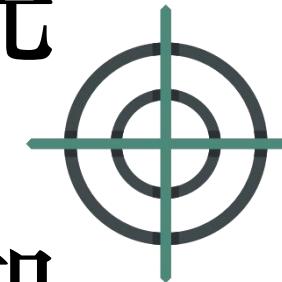


# 测试类推送题目的

- 店铺引流
- 私域引流



- 增加曝光
- 改变认知





# 视频号传播关键词

反差 有趣  
真实 共鸣 无厘头  
熟人

# 视频号传播案例

反差 无厘头  
真实 有趣  
共鸣 熟人



# 视频号传播策略



核心诉求1：突出豪丽斯早八咖啡外带方便的特点，无需自提  
核心诉求2：展现早八的咖啡对精神状态的调整的重要性



特殊创意点：群演寻找尽可能多的学生，尽可能覆盖中传更大的社交圈，  
吸引演员朋友进行转发传播，实现裂变，扩大声量

# option1

镜号	分镜画面	景别	时长	台词
1	从下到上拍摄主角，主角脚步沉稳有力，有强大气场		2.5s	
2	环绕拍摄，主角环顾四周		4.5s	
3	拍摄多段素材进行拼接，其中有困倦洗漱的人、疲惫急迫赶路上课的人、在教室昏昏欲睡的人等等...(展现早八侠看到的困倦众生相)		8s	
4	特写，仰拍主角		4s	这个世界还是需要英雄的!
5	主角拿出绳套和锥子(头悬梁，锥刺股)，准备冲出去，这时一只手突然搭在主角的肩膀上。		2s	

# option 1

镜号	分镜画面	景别	时长	台词
6	特写，一位老人对主角语重心长的说		3s	“年轻人，这种方式提神醒脑，困不死大家也让你害死了”
7	特写，老人将早八清醒咖啡(带着圣光特效)递到主角面前，主角透过指缝看咖啡		2s	老人台词 “来，用这个!”
8	主角带着早八清醒咖啡送到一教和 48 教，放到教室中(分屏双画面)		5s	
9	之前的那些困倦的人群分别拿起桌子上的咖啡来喝，并精神抖擞。一幕一幕切画面，画面闪过，定格到最后一个喝咖啡的画面，打出一部分文字：“早八拯救者”再打出另一部分文字：“就在你身边”		10s	这个世界还是需要英雄的!
10	特写，一个外带盒子里有很多豪丽斯咖啡，打出豪丽斯标识以及文字：“早八外带咖啡直达教室 清醒一整天”最后是二维码以及一行小字“欢迎扫码预定”		5s	早八外带 咖啡直达 教室 清醒一整天 欢迎扫码预定

# option2

镜号	分镜画面
1	学校主路上某人走着走着突然栽倒（晕厥了）
2	学校各种地方（室内/室外）躺着各种各样的大学生（请同学扮演） 音乐类型：紧张、悬疑
3	侦探登场镜头，蹲在昏厥的大学生旁边，眉头紧锁，一筹莫展
4	神医登场（夸张的服化道荒诞的音乐）
5	神医查看尸体，露出胜券在握的表情，肃清场上其他闲杂人员后，背对镜头对躺下的学生喂下某种东西，学生立即弹起，恢复生龙活虎；

镜号	分镜画面
6	接下来的一段时间，侦探和神医双双配合，已成为学校众多人的偶像和救星；
7	某天，当神医又开始救了一位昏厥的大学生，侦探忍不住向他询问救治方法；
8	镜头推向救人场面，神医拿出早八清醒咖啡，送进其嘴里。音乐起，学生弹起，精神百倍
9	快切各种地方的学生统统坐起来（注意机位和人物在镜头里的位置要一致） 结尾：音乐起，【早八清醒咖啡】slogan出

感谢观看

