



奇多X银河护卫队2 IP合作 Campaign

- ◆ 广告主：奇多
- ◆ 所属行业：食品
- ◆ 执行时间：2017.05.09-2017.05.16
- ◆ 参选类别：创意类



案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://v.qq.com/x/page/j0538wgm2qf.html>

或者
扫一扫看视频



项目背景与目标

chapter 1

项目背景

奇多是一个经典零食品牌，但近几年销量遭遇瓶颈期
今年5月与漫威电影大IP《银河护卫队2》跨界合作
希望借此契机刷新建立奇多鬼马有趣的品牌形象
并实现市场破局，提升销量



项目目标



1. 将电影受众对IP《银河护卫队2》的好感度移情至奇多，从而提升品牌形象；
2. 使消费者产生购买冲动，从而提升销量。

洞察与策略

chapter 2

IP 洞察



奇多的品牌IP角色“奇多豹”

凭借着活泼搞怪的性格设定

一直以逗咖的形象，在消费者中广为熟知

《银河护卫队》5位主角

画风清奇的逗咖英雄。

面对保卫银河过程中的重重险阻，却始终保持欢乐逗趣



TA 洞察



品牌TA：95后

他们是各种表情包、流行语、社交平台的核
心受众与传播者。生活中的大大小小开心的、
难过的、遗憾的小情绪，也都承载在这些逗
比有趣的小元素中，并在一次次欢笑中慢慢
治愈。因而在这群年轻人中，流行着一个自
我标签化的词语叫“逗咖”，有点犯傻、有
点中二、但又很可爱。

Thinking

逗咖

奇多吉祥物：奇多豹

以活泼逗趣的逗咖形象被消费者所熟知



《银河护卫队》五大主角

画风清奇的逗咖英雄，时刻战斗却不失笑料



奇多TA：95后年轻人

搞怪逗趣事物的热衷者，常以逗咖自称





不一样的任性电影趴

只为这群逗咖们而办
用最简单、最逗趣的方式，治愈他们的小情绪

媒介洞察



Social KOL 正当红

现在还是个social上KOL正当红的时代。95后年轻客群习惯于阅读网络上KOL的作品，常常从中获得认同感并汲取新的思想。恰巧这次合作的《银河护卫队2》正当火热上映，与电影界KOL进行合作，将是不错的选择。





奇多



影评界第一大号“毒舌电影”

Core Idea

奇多X毒舌电影 24小时观影趴 欢乐不打烊

这是一场属于爱电影、爱美食、爱开怀大笑的逗咖们的狂欢趴。不管生活中，你有怎样的小情绪、小烦恼，但来到这里总有各种独特方式，改造你的心情，让你开怀大笑！



媒介与执行

chapter 3

Roadmap

奇多X毒舌电影 24小时观影趴 欢乐不打烊

Phase1 预热招募

5.8-5.12

- 美团APP线上曝光
- 毒舌电影线上深度合作

捆绑IP打造创意事件营销
双线曝光，制造活动声量

Phase2 核心引爆

5.13

- 豹走全城线下事件
- 24H观影趴落地活动
- 线上UGC内容收集+搬运

创意落地事件提升品牌好感
social话题不断，热度扩散

Phase3 深度延展

5.14 - 5.31

- 毒舌电影推文事件回顾
- 影院前贴片投放

线上回顾+影院投放 扩散活动影响
有奖H5刺激购买，转化销售

六大亮点

1

活动全程，联合毒舌电影深度合作

2

线上多渠道扩散招募信息

3

24H观影趴：两地同步，零点开档

3

24H观影趴：心情改造观影趴，点亮你的心情

5

24H观影趴：豹走全城，观影券大放送

6

多渠道衍生投放，推进曝光转化销量

毒舌电影线上深度合作

从启动招募，到后期回顾，与毒舌电影的深度合作贯穿全程

微信头条开启
活动招募

借势“杨幂获影后”爆款话题
登上微博热搜，赚足眼球

连续5条微博
助力活动进行

连续一周每天微博助力，转播
活动盛况，实时导流粉丝

微信次条发布
活动回顾

对整个活动过程进行回顾，5大
平台同步扩散，深度延展

IMPRESSION: 814万
READ: 99.4万



线上多渠道扩散招募信息



以“奇多”官微和“毒舌电影”为核心
5大本地类微博/微信KOL同步转发扩散活动招募信息
活动还未开始，就以累积了大批声量！

IMPRESSION : 815万
READ : 85万

24H观影趴 两地同步，零点开档

魔都、帝都两地同步，零点开档

两个活动均持续24小时，8大场次轮番开场

任性地只轮播一场电影《银河护卫队2》



两地报名人数：6096人
最多单场报名人数：2072人

24H观影趴：心情改造观影趴，点亮你的心情

- 豹式好心情贩卖机：只要笑得够灿烂，就有惊喜好礼
- 签到台：每位参与者均可领取奇多X毒舌准备的联合礼包
- 主题合影墙：“银护”主题合影墙，还有奇多豹惊喜突袭
- 影评大神现场互动：“机叔”与奇多豹搭档带来影后互动
- 豹式照片打印机：主题照片打印机，欢乐瞬间随手印出



24小时观影趴 欢乐不打烊



24H观影趴：豹走全城，观影券大放送

奇多豹开起拉风豹纹老爷车，四处尬起“银护”鬼步舞，送出最后一波观影趴入场券，与消费者互动分享

豹式老爷车
街头拉风博关注



一言不合就尬舞
刷新送票新方式



与消费者
逗趣互动攒人气



扫码关注送奇多
眼球/销售两不误

多渠道衍生投放，推进曝光转化销量

活动结束后，进一步借助三大外围渠道衍生投放：

- 全国数十家联合院线投放前贴片
- 今日头条等五大媒体平台，扩散活动回顾信息
- 线下商超打造千点主题陈列

进一步推进曝光，并将其转化为实际销量



效果与反馈

chapter 4

销量促进



在整体品类不增长的大环境下，实现销量逆势上扬
4月出货同比增长10%



Thanks