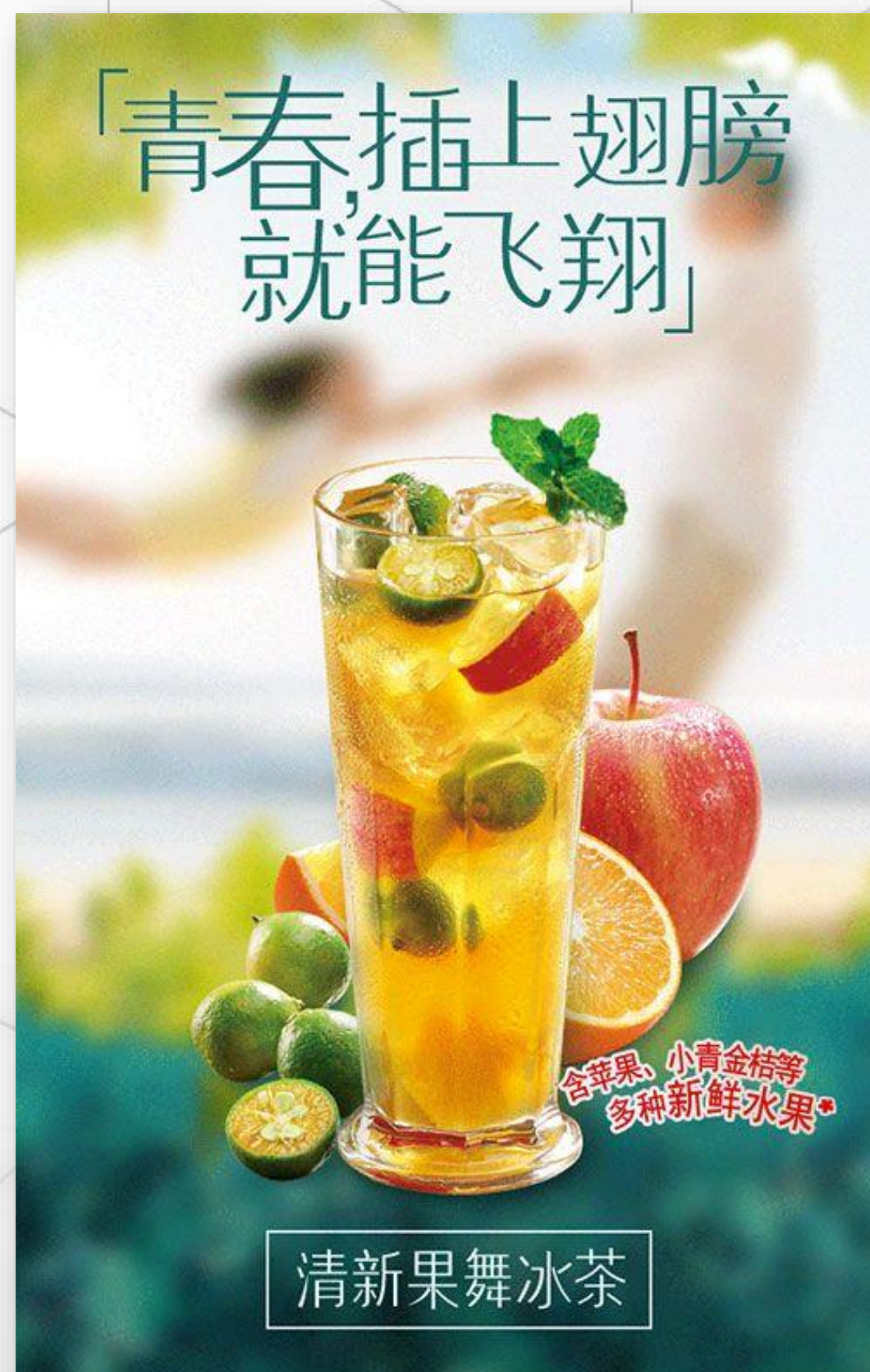


# 必胜客新品潮鸭Campaign

- ◆ 广告主：必胜客
- ◆ 所属行业：食品
- ◆ 执行时间：2016.09.01-2016.09.30
- ◆ 参选类别：互动体验类

# 背景&目标

国民比萨品牌必胜客，目前正面临着品牌形象老化、缺乏爆款、以及与本土各式网红产品的激烈竞争。除了代言人胡歌带来的品牌高端形象以及一贯积攒下来的良好口碑，**在产品和营销上缺乏亮点与创新**，在这个热衷于剑走偏锋的时代，无法触及年轻消费者的痛点，持续为他们制造嗨点和话题。



# 背景&目标

**品牌愿景：**2016年9月，必胜客推出首款中西合璧的潮鸭比萨，中式京酱烤鸭混搭西方芝士风味，无论从概念上、口味上都是一次全新的突破。  
此次品牌希望将这一单品在市场上打造为爆款“潮”品，**助力品牌年轻化之路。**

**营销挑战：**如何和消费者沟通“潮”概念，才能避免掉进品牌自嗨的误区？

潮

趣



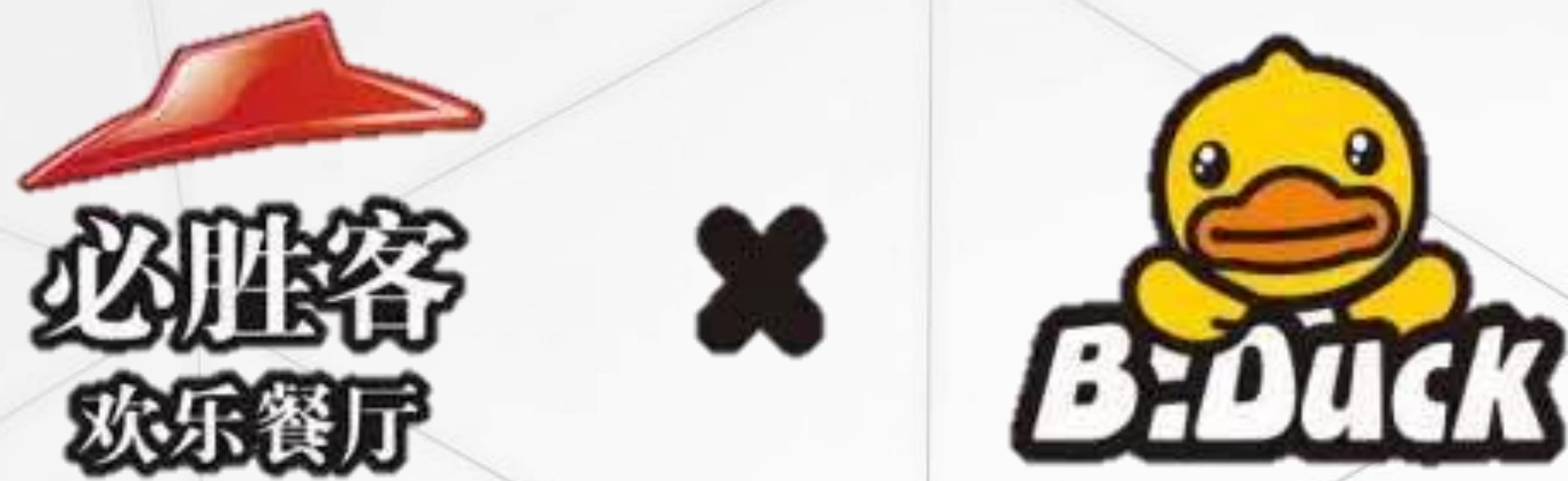


为必胜客的新产品量身定制了线上线下整合  
“潮”套餐，在每一个创意节点中植入  
“潮”概念，“潮”元素。

一起来潮呀（鸭）

# IP跨界，流量为王

# 洞察&策略



**360度全方位借势IP，打造潮概念，提高产品认知度与消费度：**  
必胜客 x B.Duck联名款发布，打造时尚“潮”；  
首次中西合璧潮鸭比萨，美味才最“潮”；  
线上魔性潮鸭舞，线下潮鸭主题店，全民一起“潮”。



# 执行&媒介



# 第一道：前菜



**借势B.Duck IP跨界合作，打造必胜客“潮”形象。**

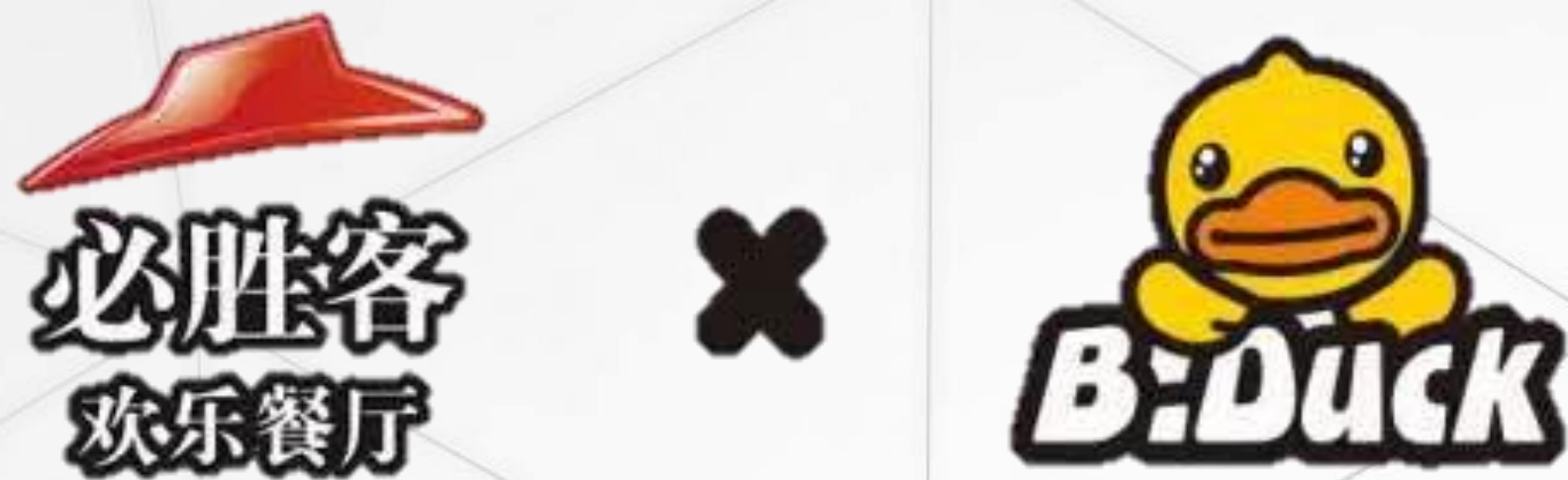
线下走秀以及时尚联名款发布，更有当红SNH48和潮人舞者献跳潮鸭舞，为潮鸭比萨新品上市预热



# 执行&媒介



# 第二道：正餐



邀请当红综艺歌手刘维，全新改编“不如跳舞”，让经典潮歌在全民娱乐的互联网上再度复活。MV和歌词中植入品牌及产品，在新品刚上市阶段就借助大流量新媒体（网易、腾讯、今日头条等）强势打响“潮”概念。



刘维改编版潮鸭舞



潮鸭舞90s MV完整版

<https://v.qq.com/x/page/k03210ogxik.html>

可扫码观看





# 第二道：正餐



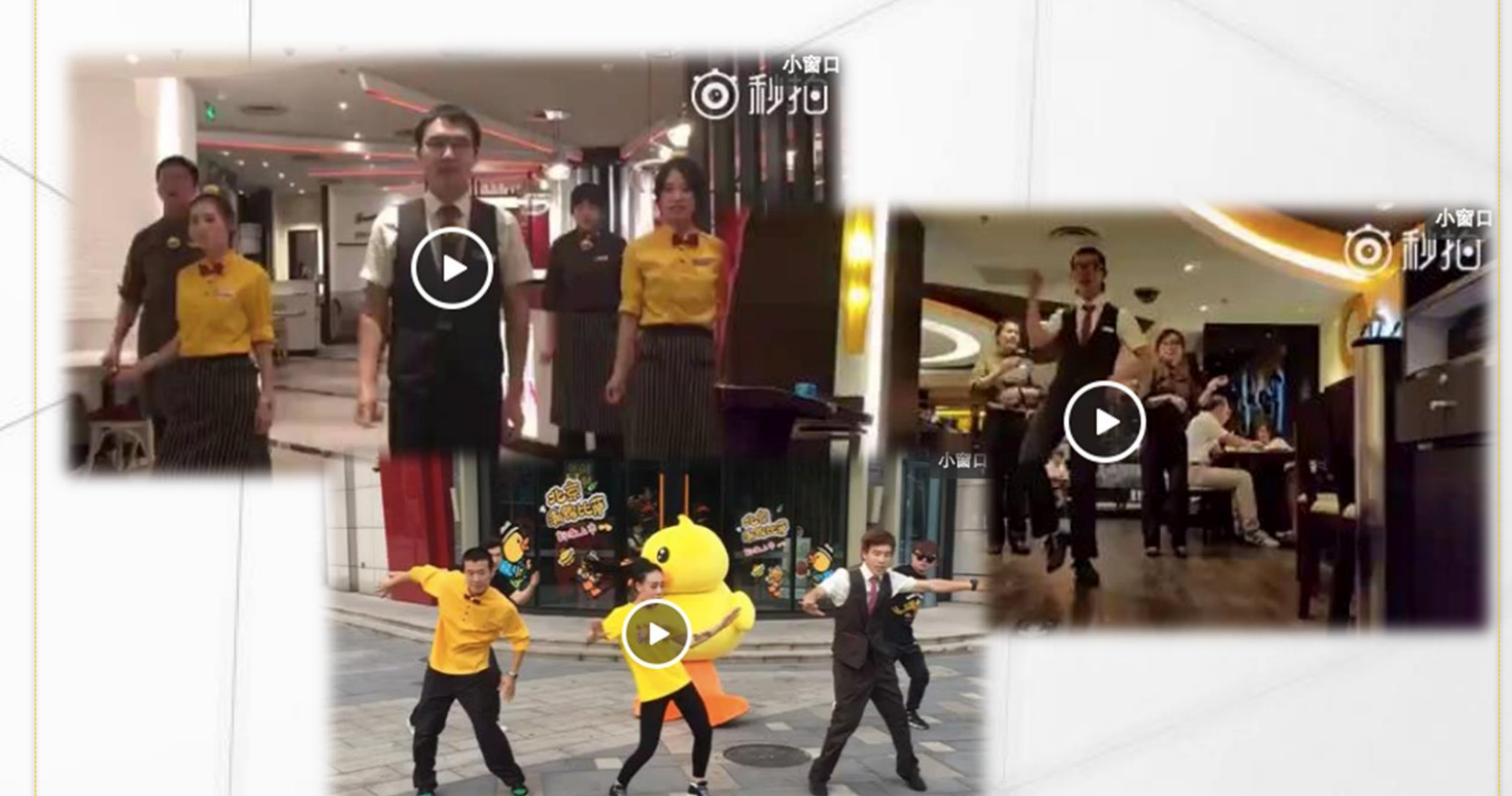
与此同时，潮人舞团打造教学版潮鸭舞视频，将比萨、潮鸭等品牌元素融入舞蹈动作，在社交媒体上带起全民潮鸭舞热潮，不仅有SNH48、韩东君、汪苏泷、郭俊辰等当红明星纷纷跟风，更有必胜客门店员工及围观顾客一起即兴参与，引发热议。



潮人舞团教学版潮鸭舞



潮鸭舞全明星版



全民潮鸭舞



# 执行&媒介



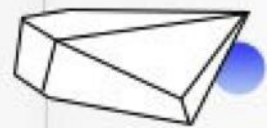
# 第三道：甜点



线下开设潮鸭主题店，消费者不仅可以到店大快朵颐潮鸭比萨，更可和潮鸭合照，赢取公仔和周边；线上传播潮鸭表情包、视频gif以及热点海报，引起更多话题讨论，引流到店转化销量。



Total Weibo Impression: 26,195,000



Total Weibo Buzz: 37,000

销售成绩: 相比其他新品比萨首发, 销售量达到其1.5倍; 同时在活动推广期间带动了其他品类(小食、饮品等)的销售量

THANK YOU