

肯德基&阴阳师跨界应援二次元营销

- ◆ 广告主：肯德基
- ◆ 所属行业：餐饮
- ◆ 执行时间：2017.04.01-04.16
- ◆ 参选类别：效果类

案例视频

点击以下链接观看视频，
或复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<http://player.youku.com/player.php/sid/XMjk4MjYyMTU3Ng==/v.swf>



许多人说2017是二次元营销的风口
而在这个风口上肯德基干了件
大事！



Top
Mobile
Awards



热点

这件事不仅成为了



经典案例

且足以成为二次元营销的



将会成为高频出现

例子

使得人们提起二次元营销时



背景&目标

营销背景

-热门必杀器：《阴阳师》-

- 匠心巨制《阴阳师》自2016年9月上线，便掀起霸榜之势，同人创作人气高涨，粉丝安利口碑爆棚，吸引众多80、90后玩家，覆盖全球逾2亿忠实用户！庞大的年轻《阴阳师》游戏爱好者无疑是对肯德基来说是最诱人的资源。



-肯德基：吸引年轻玩家的生活空间-

作为餐饮行业中的翘楚，肯德基全国拥有5000多家门额符合店及超过7000多万活跃会员，2014年起，肯德基着手对店铺进行升级设计，无论就餐、聊天、追剧、打游戏，消费者都可以各取所需。肯德基更像一个填充满足《阴阳师》核心玩家碎片时间的生活空间，也符合这些8090年轻消费者利用日常交通、午餐及等候时间追番剧、打游戏的快节奏生活方式。



- 目标：促进肯德基门店客流，通过与阴阳师手游的合作，让玩家爱屋及乌提升肯德基好感度，并分享传播引爆社交传播KPI：全国销售300万份阴阳师主题套餐
- 挑战：二次元人群不好捉摸且相对对硬广敏感又难讨好的人群，所以如何抓住他们的注意力，并将他们对二次元IP的热情转变为到肯德基门店消费的动力



洞察&策略



受众属性

将游戏庞大的粉丝转化为餐厅顾客



人群年龄匹配

肯德基核心消费人群学生及年轻白领。

而《阴阳师》玩家群体主要为80、90后。



人群兴趣匹配

他们当中都有相当大一部分是游戏动漫迷。



生活方式匹配

生活节奏快，日常交通就餐用追剧游戏来填补，肯德基就是追剧游戏聊天的空间



策略

洞察所有最能刺激玩家消费与分享的痛点

三重应援机制游戏内外深度植入，层层渗透，让玩家心甘情愿被“撩”

一重应援 玩家福利

击中所有玩家对
SSR的渴望

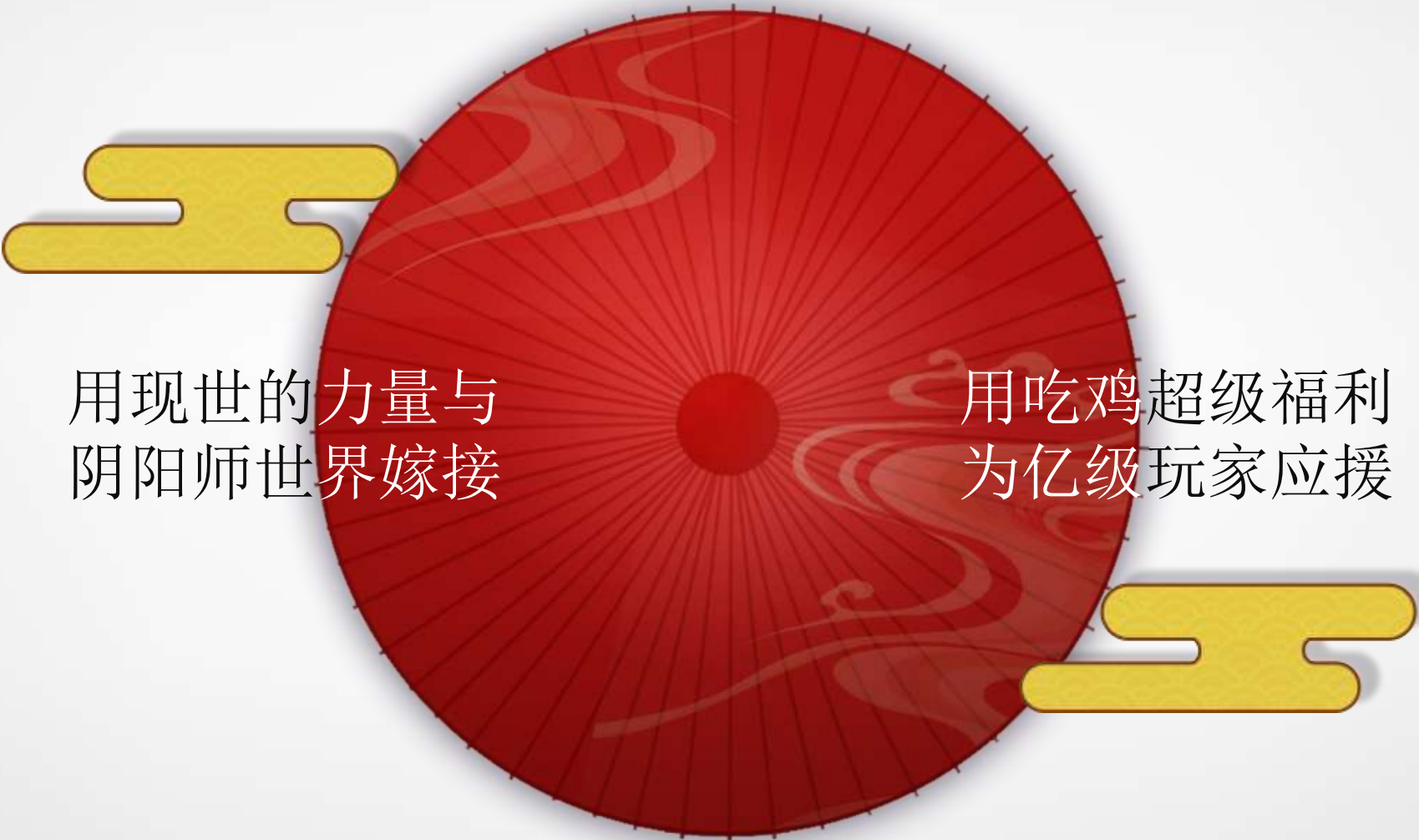
二重应援 社交地图

联合肯德基门店
定制地图新玩法

三重应援 归属认同

阴阳师主题门店
冲破次元壁

亮点



用现世的力量与
阴阳师世界嫁接

用吃鸡超级福利
为亿级玩家应援

媒介&执行





击中所有玩家对SSR的渴望

购买“欧气明星餐”获限量闪卡，可兑换稀有游戏道具



SSR表示阴阳师中最高稀有度式神，将肯德基平常点击率并不高的“人气明星套餐”换做“欧气”，玩家受到限量闪卡及SSR稀有式神的诱惑，这款套餐直接卖到断销。

#来肯德基，欧气爆棚#话题配合

SSR级吃鸡利好福利，给玩家最大买鸡冲动
“据说服下这股“欧气”能抽到SSR！”



前往全国5000多家KFC应援寮，购买阴阳师定制款“欧气明星餐”，服用下这股“玄学欧气”后能明显感受到欧气十足，不少阴阳师大大吃了欧气明星套餐后都抽到了心仪SSR，在社交媒体引热议！



主题套餐

闪卡收藏





闪卡抽式神



定制LBS玩法，用福利push行动

《阴阳师》特别开放LBS 鬼王挑战，
肯德基5000家门店在游戏世界中变线上打鬼王坐标

《阴阳师》与肯德基提供了一个线下的集合点，等比例放大的游戏世界给予玩家强烈的代入感，打通了游戏与现实的连接途径，让玩家可以真实地面基互动，自由社交。





KFC 应援寮植入 LBS 地图



玩家全世界求搭车



门店变手游店





瞄准二次元玩家的情感归属

全国设8家阴阳师主题门店

选址接近学生和年轻群体

粉丝“攻占”主题店为式神偶像捧场

用二次元力量将线上线下壁垒打破



全国8家式神主题门店



粉丝为偶像甘愿捧场





突破次元壁的集体狂欢



玩家大触现场同竞技





coser
驻店为玩家抽卡



Coser
每周路演



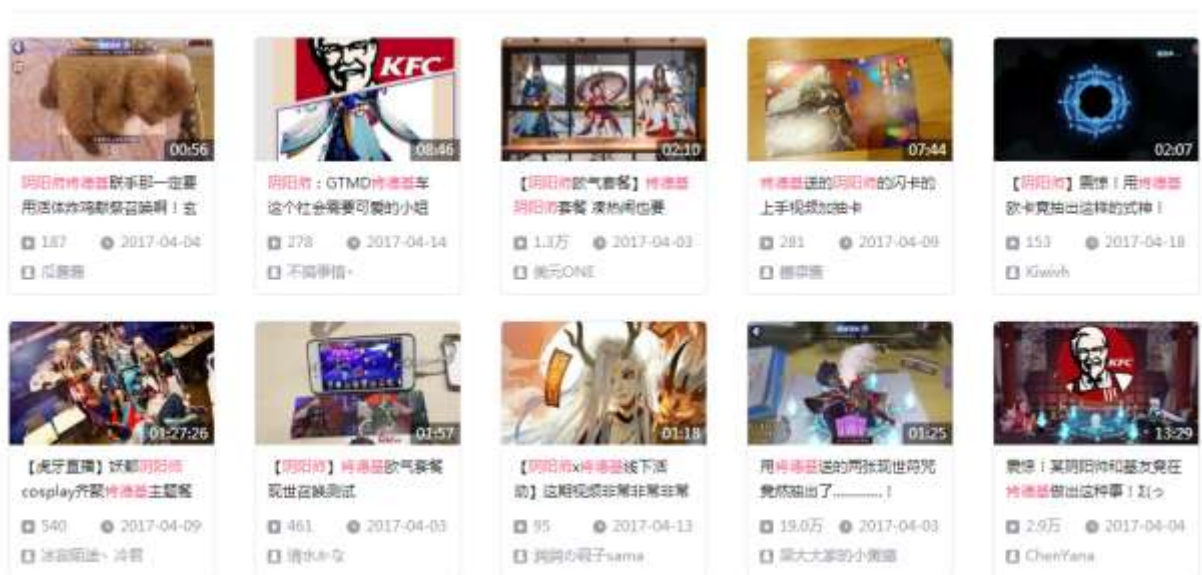


同时活动还携带声势浩大的媒体宣传

线上阴阳师游戏站内、微博、B站等垂直领域媒体
覆盖二次元人群与阴阳师游戏爱好者



阴阳师站内游戏公告



B站系列活动视频

线下大规模地铁楼宇广告，面向强人流地区



楼宇广告



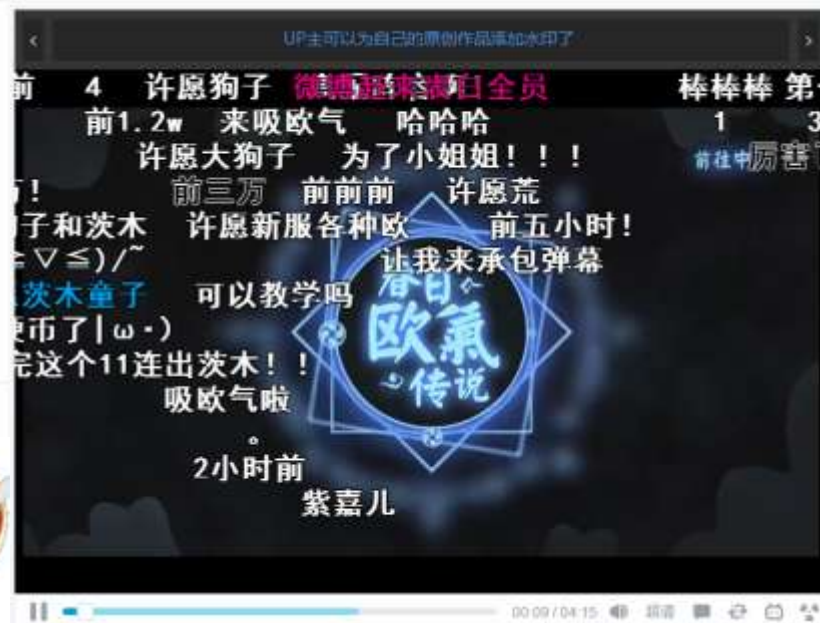
地铁广告



配合高人气二次元KOL优质内容传播



人气二次元KOL 漫画同人文创作
old先创作的活动漫画，累积4万转发
使徒子活动漫画累积超1万转发



凹凸君定制活动宅舞《春日欧气传说》
五天120万的播放量，登上Bilibili首页热门

效果&反馈



阴阳师与肯德基将二次元热度引爆



玩家热情远超预期
闪卡不到1周基本送罄
欧气明星餐卖到断销

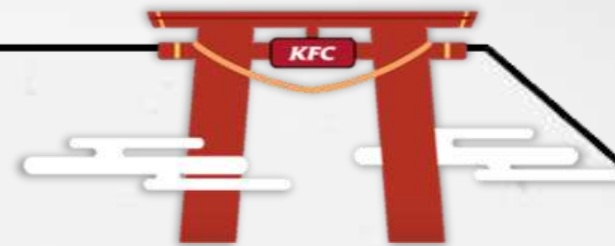
5000 家KFC应援寮开启LBS鬼王挑战活动

3,000,000 份主题套餐

1,000,000 份高颜值限量主题餐盒

来源于网易、微博、红人大V、广告主等监测数据

全宇宙遍地阴阳师



作为与KFC合作的最大一次跨界品牌联动
肯德基X阴阳师合作成为微博及朋友圈现象级刷屏事件

来源于网易、微博、红人大V、广告主等监测数据

活动期间微博话题阅读超1.8亿

热门话题#阴阳师肯德基#、#来肯德基欧气爆棚#

#来肯德基欧气爆棚#

发微博

+ 关注

分享

1.2亿
阅读

1.4万
讨论

3475
粉丝

#阴阳师肯德基#

发微博

+ 关注

分享

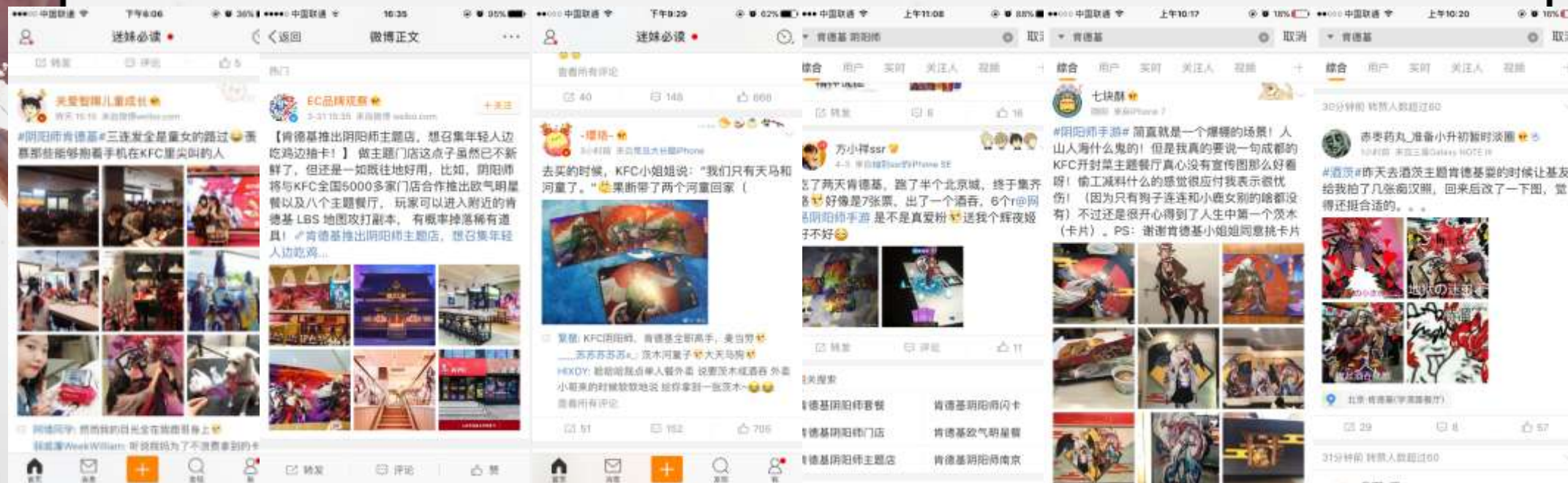
6461.7万
阅读

6.5万
讨论

153
粉丝

大号玩家粉丝刷屏级分享现象

“LBS鬼王惨烈翻车”、“求大佬帮忙集闪卡”、“组团转发吸欧气”等话题被玩家热议



核心突破

此次《阴阳师》和KFC的合作在主题套餐和主题包装的基础上，更共同探索了深度定制化合作的可行空间，从手游本身植入、到套餐赠卡、LBS结合线上游戏道具、同人周边，全方位融合，更是开启了新零售和大IP合作历史上的首次成功新模式！

