

汉堡王红黑堡新品玩转 “态度营销”

- ◆ 广告主：汉堡王
- ◆ 所属行业：餐饮
- ◆ 执行时间：2016.09.07-10.09
- ◆ 参选类别：互动体验类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面中观看视频

<https://v.qq.com/x/page/g0538xusiww.html>

或者扫一扫看视频



营销背景

曾几何时，“汉堡+薯条+可乐”的组合是伴随着千禧一代成长的记忆符号。然而随着消费升级时代的来临，越来越多的年轻人开始追求更健康的生活饮食方式，对汉堡、薯条不再趋之如鹜，“洋快餐”品类在中国市场日渐受冷。

面对不景气的市场氛围，汉堡王一直在思考如何才能重新夺回年轻消费者的青睐。2016年9月，汉堡王推出新品红黑堡，这两款新品从外观、颜色到食材、口味都与一般的汉堡形成鲜明对比，**汉堡王希望通过一波营销活动强势凸显其与众不同的新品特色，并与年轻消费者再次建立起情感联结，从而带动门店销量与品牌口碑提升。**

营销目标

1. **提升红黑堡新品认知度**，强化新品特色的记忆点；
2. 以年轻人乐于接受的方式，**鼓励积极参与**，促进社交传播；
3. 带动门店**销量提升**，积累**新品口碑**



通过对时下千禧一代**拒绝千篇一律，崇尚个性自我**的生活态度洞察，我们结合年轻人的语境和话题，制定了**“态度营销”三部曲**，将产品特色、社交互动与O2O体验有机结合，层层推进，并通过**整合PK对决、CP(couple)打造、网红探店**等年轻人喜闻乐见的形式来提升活动的关注度和参与感。



洞察&策略

STEP 1

态度形象塑造

产品人格化，打造腹黑男VS傲娇女

洞察用户喜好与沟通方式，赋予产品逗趣生动的性格特色，建立与消费者的情感映射与共鸣



STEP 3

态度切身体验

从视觉到味蕾，闭环消费强化感官冲击

线下探店免费试吃，活动派券形成消费闭环
积累真实体验的态度口碑

腹黑男

VS 傲娇女



态度认同表达

社交对决PK，鼓励用户自我表达

鼓励消费者选择态度标签，为产品代言
与好友组队互动PK，实现活动的社交病毒传播

STEP 2



So cool!

1 黑红对决H5互动



2 “腹黑男VS傲娇女” 社区话题



3 KOL线下探店，霸王餐免费试吃



H5用户流程



塑造人格化形象

媒介&执行



选择站队，开启对决



选择态度标签，为产品代言



邀请好友组队PK对决



PK成功，获得抽奖资格



获得奖券，到店验证兑换



引流到店，提升销量

RESULTS



态度形象塑造

网红汉堡风靡，提升品牌关注

活动曝光 **破亿** » 品牌搜索量 **翻倍** » 商户页浏览量 **上涨35%**

态度认同表达

全民红黑站队，引爆社交热情

70W+ 用户积极站队 » 社区回帖量 **9.6W+**

态度切身体验

门店销量攀升，新品口碑不断

海量派券 **10W张** » 门店销量 **增长28%** » 新增优质口碑 **3,500条+**

亮点总结

区别于传统餐饮品牌对新品本身食材、口感的重点渲染，汉堡王此次**将新品红黑堡赋予人格化色彩，围绕“态度”核心与消费者建立起更深层次的情感共鸣**，成功俘获了千禧一代的消费心智；

与此同时，利用O2O平台的闭环优势，这一场引爆社交传播的新品营销也**成功撬动了品牌销量与口碑的明显提升，真正实现从“营销”走向“赢销”**。