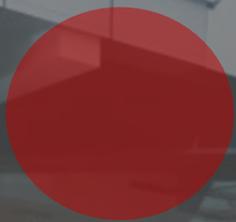


# 必胜客听说爱父亲节

- ◆ 广告主：必胜客
- ◆ 所属行业：餐饮行业
- ◆ 执行时间：2017.06.06-07.15
- ◆ 参选类别：互动体验类



# CONTENTS

## 目录

01 背景&目标

02 洞察&策略

03 媒介&执行

04 效果&反馈

父/亲/节/声/影/互/动/展

时间：6月15日-7月15日

地点：广州东方宝泰、高德置地、  
正佳广场必胜客餐厅

其实，父爱一直都是沉默的，  
我们极少对父亲说我爱你。  
今年父亲节，

就**在必胜客**，

我们想让**爱分享**，

**让你对父亲的爱  
看得见，听得见……**



必胜客父亲节营销在传统摄影展里用声音造差异化

为例牌加点料：声音！



从 P U C 到 U G C

造声影互动体验

- 🎵 **P U C**：五位 K O L 吐露对父亲心迹；
- 🎵 **U G C**：线上线下配合向父亲告白行动，华南所有必胜客线下露出，全城告白父爱！



## 全城父爱告白分享 导流顾客品牌传播

必胜客在父亲节期间开展一场有声音的影像展，为参与者提供视觉听觉上全方位立体体验。打通线上线下互动，将顾客从线上引流至餐厅，引导顾客线上分享，形成事件传播，扩大品牌影响力。



## Big Idea核心创意

### 必胜客餐厅打造父爱有声影像廊

KOL录制与父亲有关的声音故事  
用与父亲相关的照片和小物品布置  
餐厅，将餐厅打造成一个能从听觉、  
视觉上立体感受父爱的影像廊，用  
独特的体验加深消费者的品牌印象。



华南必胜客餐厅布置  
我和父亲的合影父墙



现场聆听我与父亲  
合照的声音故事

必胜客父爱声影互动把吧餐厅打造成照片、声音、故事等交织融合的多场景立体展示空间，让消费者在餐厅里感受到浓浓父爱情怀，提升品牌好感度。



展览互动施工图



KOL录制的父爱音频播放



现场聆听KOL的父爱音频



展览实景图

# 勇敢说爱H5

线上线下联动，温情H5化身爱的留声机，引发参与热潮

浏览量：10W+ 人次

分享量：1W+人次 录音数：1W+人次

华南必胜客增加关注粉丝逾万人次



H5首页



H5活动规则页面



录制页面



录制完成页面



分享页面



领取卡券页面



卡券页面



领取成功页面



聆听页面

1

## 线下强推 餐厅联动

- 展示餐厅：高德置地店/正佳广场/天汇城
- 华南全线必胜客餐厅：在活动前三天开始放置X展架和台卡，或贴桌面H5二维码扫码参与活动

2

## PUC号召 活动人群邀请

- 参与录音及摄影的3位KOL + 必胜客员工代表\IT男\高三毕业生及父亲
- 投稿参与的10位消费者
- 媒体10人

3

## 开展引爆 展览当天

- 子女与父母一起去必胜客观展
- 进行“拥抱父亲30秒”互动，拍下动人场景，为后续传播累积话题素材。

## 互动展现场

邀请孩子带着父亲或父亲带着小孩到必胜客餐厅，一起观展，寻找我与父亲的回忆



## 父亲给我的 第一个玩具

旧时玩具是  
余父亲的满  
满回忆



## 父亲和我一 起DIY蛋糕

与父亲一起  
制作DIY蛋糕



## 多渠道立体传播，凸显品牌情怀

联手广州日报、摄影俱乐部进行预热征集，后续平面、官微跟进报道，为父亲节当天的餐厅引流造势



联手年轻人摄影聚集地、POCO旗下“约约”平台进行召集，征收高质量图片为影像展造势



优选华南生活大号进行内容发布，通过热点事件传播凸显必胜客的爱分享情怀

## 媒体矩阵

**1 + 1 + 1**

平面媒体+网络媒体+新媒体  
全方位传播

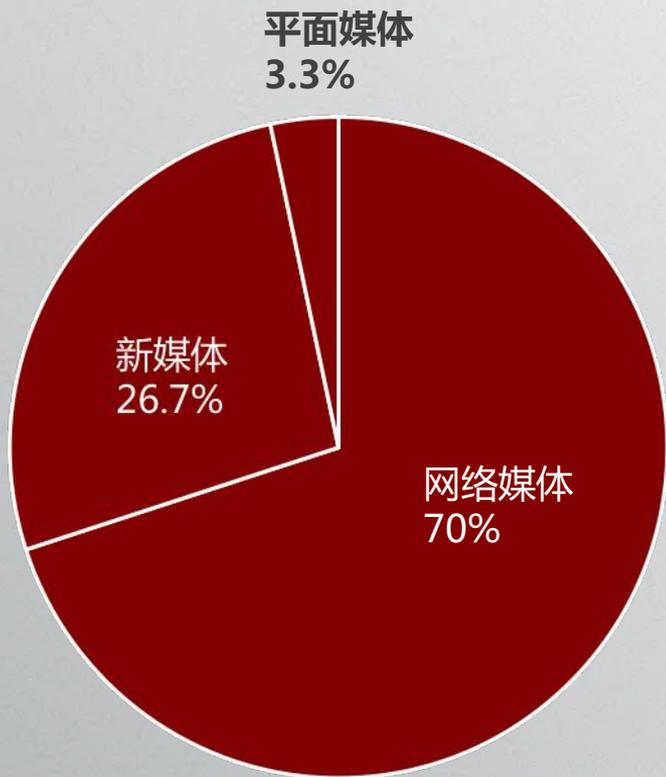
## 线上下联动

互动H5线上通过大号及KOL传播  
线下引导餐厅顾客扫描二维码参与H5互动

## 媒体报道概述

“听说爱必胜客父亲节声影互动展”传播项目于2017年6月15日正式展开，本次传播共经历了**稿件撰写--预热传播--“听说爱”父亲节声影互动展开仪式--密集传播**四个阶段。此次项目共有**30条**传播，分别刊出平面新闻**1篇**，双微传播**8篇**，网络传播**21篇**，此次传播预热期传播充分，活动结束后传播**数量多、落地快、覆盖广**，线上媒体曝光量**超过500万+**，公关价值极为显著。

这次传播**形式多样，节奏有序，精准到达**。为确保传播策略以及传播稿件不出现偏差，在传播前期展开大范围针对性媒体沟通，使得刊出报道版面大、配图多、网络转载率高，从而使传播更精准有效的传达给受众。



## 传播效果

30  
篇次

新闻报道

10W+  
PV

向父亲告白H5

100W+  
点播

活动视频

1000W+  
传播覆盖

全媒体曝光

# 传播简报示例

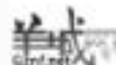
21CN



网易 NETEASE  
www.163.com

南方网  
South China.com

Livin



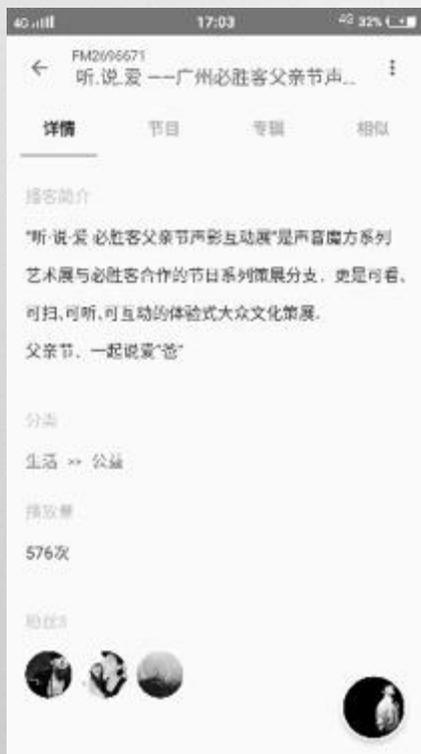
# 大咖精英朋友圈传播

多位大咖精英朋友圈传播覆盖率达**10000+**



# 视频、播客传播示例

“听说爱” 必胜客荔枝官方播客



视频播放量达100万+



视频链接：

<https://v.qq.com/x/page/m05153x18uy.html>

## 口碑反馈



必胜客广州市场总经理黄美红女士

反馈：团队非常专业，希望以后更多机会合作。



作家红肚兜儿

反馈：作为发声KOL的，向父亲告白录音的时候都哽咽了。

# 口碑反馈



带着儿子来餐厅观展的母子

反馈：活动很有意义，有声音有展览。



DJ莫澳欣分享

反馈：带着父亲来必胜客，送给他我亲手做的披萨，多谢我的爸爸。

# 项目综述

## “听说爱” 必胜客父亲节声影互动展

以**有声、有图、有互动**的展览创新形式带给顾客立体的看展体验



聆听KOL对父亲的挚爱真言

上线“**勇敢说爱爸**”的互动H5

**打造声影立体互动展**

**放大必胜客爱分享品牌价值**

# THANKS

