

《头条新早范》 “不怕体” 趣味新闻播报

- ◆ 广告主：肯德基
- ◆ 所属行业：快消
- ◆ 执行时间：2017.03.28-04.09
- ◆ 参选类别：短视频营销类

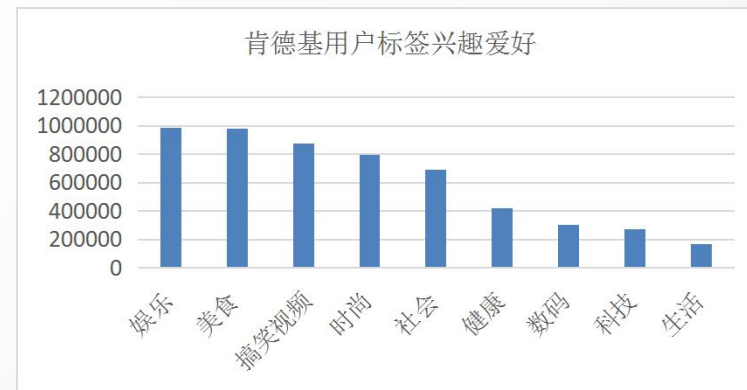
- 肯德基帕尼尼希望借助利用短视频内容营销，**短期内实现品牌大曝光**，提高帕尼尼产品的声量，实现**精准传播**。
- 今日头条借助自身强势平台优势及内容分发的优势，利用大数据分析，为品牌目标用户聚合更多热点新闻内容，**不断产生品牌联想度高的热门话题，塑造帕尼尼品牌符号**。
- 此次肯德基期待与时下**年轻人关注的热点人物合作**，希望趣味视频及图文等方式，**实现肯德基趣味内容营销**。

- 肯德基帕尼尼早餐Key Message: 美味诱人/价值感超高的新品 “芝士鸡肉帕尼尼，套餐只要8元”
- Communication Idea: **一早怕什么，我有帕尼尼**
- Leverage：鹿晗作为品牌代言人，代表**帕尼尼不怕的态度**和帕尼尼系列的西式范
- 肯德基帕尼尼洞察：主要受众为18-25是年轻人群，兴趣广泛，容易接触新事物，对能够引发社会舆论的娱乐和社会热点事件感兴趣。
- 肯德基一直在寻找短视频突破口，长期在今日头条投放硬广资源，希望能够有更好的内容结合。今日头条&肯德基帕尼尼**发力短视频内容营销**，寻找创新内容形式，吸引目标人群，短期实现肯德基帕尼尼品牌曝光。



利用头条指数+媒体实验室，智能技术分析内容，洞察用户属性

- 利用头条大数据的优势，通过**头条指数**分析肯德基用户的受众年龄及兴趣标签，得出年轻90后群体关注的主要内容有“娱乐、搞笑、科技、时尚”等内容。
- 再利用**头条媒体实验室**的抓取娱乐、生活、科技等当下热点新闻内容和飙升事件内容，进行娱乐式吐槽播报，引发社会舆论。从而利用头条的智能技术洞察核心用户喜好。



全新打趣味化短视频节目，提升品牌声量

- 今日头条为肯德基帕尼尼定制了**首档晨间消灭类节目《头条新早范》**，用晨间吐槽新闻的方式，传递肯德基“不怕主义”精神。
- 邀请吐槽明星“李诞、池子、王建国”，延续“**吐槽热度**”，用“一本正经胡说八道”的吐槽方式，搞笑的展现新闻内容。
- 节目采用“**内容软性植入**”和“硬广植入”相结合，利用话题和生活场景故事融入肯德基帕尼尼肯德基帕尼尼传播主旨。
- 落地页视频连接：<http://slide.toutiao.com/pub/mobile/58e70420a9984d0494ef22cd>
- 视频节目已经上传到爱奇艺，点击即可观看。链接：http://www.iqiyi.com/w_19rvlc8905.html



瞄准早间“黄金时段”，聚合热点新闻强势出击

- 《头条新早范》节目每日早间（6：00—10:00）**定时输出**内容，采用头条信息流的广告形式，**定时精准人群触达**。展现肯德基帕尼尼“早”饭的品牌属性。
- 专题落地页每日选取**三条热点新闻**内容，聚合新闻内容，延伸节目内容传播。



“新早范”话题影响在微博快速扩散，增加影响



链接:

http://weibo.com/2077800005/ED36Ser3N?from=page_1005052077800005_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment#_rnd1491359944295



链接: http://weibo.com/1302778544/EE76LCxms?from=page_1005051302778544_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment#_rnd1492053538293



链接:

http://weibo.com/1288345514/EC0IID5mZ?from=page_1035051288345514_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment#_rnd1490846043893

- 肯德基帕尼尼投放三日开屏广告，链接至品牌官网，三日**曝光量69,006,831**，**点击7,667,936**，**CTR11.11%**
- (3.28-4.9) 信息流图文-链至官网，**曝光量21,310,328**，**点击数758,224**，**CTR3.56%**
- 信息流图文-链至H5，专题页面**点击数188,937**
- 《头条新早范》整个上线周期，**总曝光90,317,159**，**点击数8,615,097**



开屏广告



信息流图文



H5落地页

- 今日头条首次尝试制作的一档短视频播报节目，从节目的创意内容，制作到上线后强势推广。今日头条利用**大数据**平台优势，打造了一档“**技术+短视频**”吐槽类晨间新闻节目，脱离传统新闻播报内容，为节目和品牌主实现了全网**大曝光**。
- 节目中尝试**内容植入**方式，利用生活热点内容和场景式融入，生动有趣展现肯德基帕尼尼传播主题，成功提高品牌**声量**和帕尼尼品牌**认知**，实现**精准传播**。
- 同时，吐槽明星李诞、池子也在微博平台对内容进行宣传，打通媒体阵地，提高节目曝光量。
- 今日头条携手肯德基帕尼尼早餐，利用头条短视频内容分发优势，打造创意短视频节目，**在短视频蓝海中，找到好的趣味内容切入点，打响“内容营销”最强音。**



本次投放，在早餐时段通过新闻播报的形式，充分借助媒体的优势，将品牌与热门IP有效融合，再利用主持人自带的话题与幽默风格，增加了用户的接受程度，品牌的好感度也有较好提升。

-----KFC媒介经理:薛敏