

肯德基握的大饭团 有料不止说说而已

- ◆ 广告主：肯德基
- ◆ 所属行业：餐饮
- ◆ 执行时间：2017.07.17-08.16
- ◆ 参选类别：短视频营销类

IP源

短视频节目IP《说说而已》

网易传媒与米果文化联合打造

网易跟贴提供肥沃的内容土壤，米果聚集奇葩KOL并制作有趣的内容

以社会新鲜人/好奇心强的全人类作为受众目标

以“怼人”为目的，却又不止步于“怼”

一档解答社会热点和青年困惑的“真·朋友”式节目

短

每期3分钟3个问题

从长篇大论的说教

转变为**短小有趣的内容**

屏

每周2期

从自说自话自嗨

转变为**热点霸屏**

快

每周2期

从隔空喊话叫卖

转变为**塑造场景快速融入**



说说而已，怼出真理

首档网络“怼人”短视频节目
反鸡汤 / 辩人性 / 识真相 / 怼醒你

网易新闻 | 各有态度

MEGO 米果文化

段子手
犀利提问

说法家
辛辣点评

用互怼的方式与年轻人沟通
用真诚包容多元的价值观圈粉

通过互动问答、点醒网友、经验分享等一系列内容
与年轻人建立更加深度的连接



肯德基握的大饭团“食”力上线 软糯 / 饱足 / 有料 / 手作

● 营销背景

近年来，肯德基一直在强化自己的品牌年轻化定位，从山德士上校到鹿上校的转变可以看出，为了赢得更多年轻人的喜爱，肯德基一直用年轻人喜欢的方式和语言与他们进行沟通。

● 战略挑战

肯德基早餐再推中式产品，与竞品早餐有所区隔，因此新品上市需扩散传播声量，占领年轻人的心智。

● 回应挑战

借势新晋营销IP，运用年轻人喜爱的互联网吐槽文化与之沟通，将握的大饭团多个特点及一早元气正能量的理念以一种全新的方式传递给受众。



**传递肯德基握的大饭团三大卖点
凸显饭团带来元气正能量的理念**

肯德基握的大饭团
身怀好料 实力拼早



说说而已
实力怼醒每一个困惑

【 向年轻人传递积极健康的正能量 】

用吐槽、自黑、互怼这种年轻人再熟悉不过的交流方式
犀利言辞背后表达出的真实、包容、多元的现代价值观

执行亮点

创新绿幕 场景植入
软硬结合 金句不断

产品艺人
无缝同框

爆料

胡渐彪爱吃

软饭

肯德基握的大饭团
有料不止说说而已

《说说而已》赞助冠名

品牌花字

伺机而出

问：吃软饭一定不好吗？

3

答：渐彪常被人说喜欢软糯口感，爱吃软饭的体质！他有感觉自己弱吗？没有啊，**肯德基握的大饭团**，勇敢吃属于你们两的幸福软饭！



4

有态度网友06Y411



革命分工不同，妇男也顶半边天

LQEW09



软饭吃的硬气，才是真汉子！

Will先森



凭本事吃软饭交白富

话题定制
跟贴互动



肯德基握的大饭团 有料不止说说而已

- 1) 围绕IP做整合营销，而非单纯的借助IP做植入
- 2) 充分发挥老奇葩号召力，营销话题不停歇
- 3) 玩转域内外平台资源，充分放大品牌声量

1) 围绕IP做整合营销，而非单纯的借助IP做植入



2) 充分发挥老奇葩号召力，营销话题不停歇

最大化释放KOL个性为握的大饭团站台背书



吃软饭真的有错吗？

女性平叔斗士马薇薇一吃软饭也可以幸福
米果CEO胡渐彪现身毫无顾忌大口吃软糯饭团

问

我的女朋友挣钱比我多很多，我的吃穿住都是女朋友买单。我觉得很幸福，可身边的朋友都说我吃软饭，不够男人，我觉得吃软饭本身也是我的选择，不想被骂。我想知道吃软饭真的有错吗？

答

能把软饭吃的硬气才是真汉子，革命分工有不同，男主内主外都有种。渐彪吃早饭的时候喜欢吃**软糯口感的肯德基握的大饭团**，被人说有吃软饭的嫌疑，但是他乐意啊。祝福你们，**吃肯德基握的大饭团，吃属于你们两个人的幸福软饭**

2) 充分发挥老奇葩号召力，营销话题不停歇

最大化释放KOL个性为握的大饭团站台背书



理智欧巴黄执中—想要公平还得有料

问

这个世界真的有公平吗？我是一个入职3年的员工，工作上小有经验但是我感觉自己没有上升空间。我的好哥们和我一样，但是他爸爸非常有钱，他基本没有干嘛，就已经是做到了总经理的位置。我承认拼爹是一种实力但是我们小康家庭的人只能被命运残杀吗？

答

不用感叹这个世界不公平，因为**就像肯德基握的大饭团，就算是知名大企业，饭团还是得有料。**这个世界上的公平与不公平，记得要把眼光放远，才能知道公平在哪里。

2) 充分发挥老奇葩号召力，营销话题不停歇

最大化释放KOL个性为握的大饭团站台背书



我们会被人工智能取代吗？

呆萌Geek邱晨一手造的美感人工智能无法代替

问

老师你好，我听了李开复老师的讲座，他说人工智能有取代我们的一天，我的朋友们都觉得他在瞎扯，但是我是一名调音师，现在的工作几乎都被电脑取代了，我切实的感觉到了危机感，面对这种暴击我要怎么办？

答

跟美有关的事物，人工智能替代不了。因为美无法安排，只能存在一刹那间。比如吃饭，**肯德基握的大饭团都是手造的，这就是人工智能无法创造的价值。**

3) 玩转域内外平台资源，充分放大品牌声量

整合域内优势资源，王牌工作室引爆话题，超霸气资源让品牌与节目共同曝光



3) 玩转域内外平台资源，充分放大品牌声量

超强域外资源、大V发声一同引爆话题，自来水立刻路转粉

 <p>大众点评 开屏</p>	 <p>豆瓣电影 开屏</p>	 <p>词霸 开屏</p>	 <p>五位说法家、如晶导演 微博推荐</p>	 <p>如晶导演 微博推荐</p>	 <p>米末官微 头条推荐</p>	 <p>米末官微 头条推荐</p>	 <p>冈本天猫 主动蹭热点</p>
 <p>小米视频 首页</p>	 <p>网易新闻 详情页</p>	 <p>WPS 开屏</p>	 <p>五位说法家、如晶导演 微博推荐</p>	 <p>如晶导演 微博推荐</p>	 <p>米末官微 头条推荐</p>	 <p>米末官微 头条推荐</p>	 <p>冈本天猫 主动蹭热点</p>

市场表现



《说说而已》因怼人画风和热点问题受到年轻人的一致追捧

肯德基握的大饭团 因有料走红 因内涵吸粉

总播放量
(截止08.13)

6521万

单期上线24小时
播放量破1000万

域内总曝光量
(截止08.13)

8亿+

网易总跟贴量
(截止08.13)

39.5万

域外总互动量
(截止08.13)

9166.5万

 主平台
新浪微博

节目视频

肯德基第2期定制问题：

<https://c.m.163.com/news/v/VMOP5HPEP.html?spss=newsapp&spsw=1>

肯德基第3期定制问题：

<https://c.m.163.com/news/v/VMP5VJTRP.html?spss=newsapp&spsw=1>

肯德基第5期定制问题：

<https://c.m.163.com/news/v/VMPO1VQRH.html?spss=newsapp&spsw=1>