



Tencent

- ◆ 品牌方：麦当劳中国
- ◆ 合作方：腾讯
- ◆ 参选类别：年度移动营销金牌搭档

麦当劳&腾讯 并肩探索移动营销新路径

合作范围：覆盖麦当劳全年重量级新品&腾讯生态核心APP

合作量级：年度投放由千万级跃升至亿级

麦当劳



腾讯



腾讯以顶级IP内容、尖端技术成果及创新移动营销产品
助力麦当劳移动营销探索

麦当劳《全职高手》国漫IP跨次元整合营销

玩转二次元IP营销，共鸣新生代消费者，促进销售转化，打造具有行业影响力的标杆之作

案例视频链接：<https://v.qq.com/x/page/r0516ke1dvz.html>

1. 内容共建：定制番外+正片植入

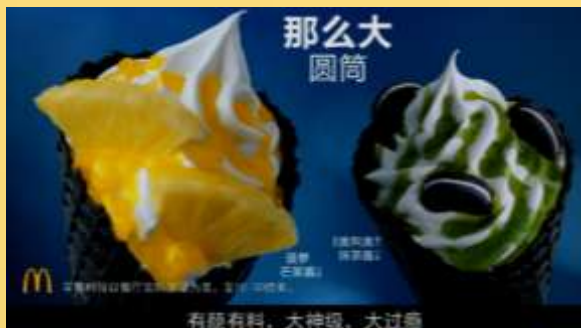
品牌定制番外先于正片1个月上线，正片相关场景多处植入麦当劳产品



品牌定制番外VV **1700万**，正片集均VV**5000万**，IP与产品形成强关联*

2. 新品代言：角色代言重量级新品

采用片中人气角色为首发新品“那么大圆筒”代言，拍摄30”TVC，角色形象上新品包装



TVC投放国内**主流卫视及视频网站**，露出联合logo，实现IP全平台输出

3. 粉丝参与：主题门店“圣地巡礼”

基于植入内容，打造杭州主题店，国漫IP首次开启“圣地巡礼”玩法



麦当劳杭州湖滨店人流暴涨，限量版人形立牌领取平均排队时长**2小时**

4. 销售转化：IP定制版麦乐卡发售

4款《全职高手》IP定制版麦乐卡，全国门店发售



掀起粉丝集卡狂潮，首周销量为以往**2倍**，多家门店麦乐卡**断货**

麦当劳 x QQ AR，与小黄人一起破壁耍“堡”

整合平台先进AR技术能力，撬动萌趣IP，传递新奇有趣互动体验，塑造年轻化品牌形象

案例视频链接：<https://v.qq.com/x/page/j05554i45si.html>

趣扫扫：发现小黄人
新品变入口，破壁相遇



手Q AR首次实现物品识别

趣戳戳：捉住小黄人
搞怪小彩蛋，萌趣互动



趣拍拍：留下小黄人
超有趣自拍，欢乐分享



调用LBS信息，拉取对应版本AR自拍挂件

麦当劳门店AR扫描120万次，品牌定制AR挂件曝光8.6亿次



微信广告创新实践，玩转内容创意，释放社交能量

原生广告



原生页CTR 7%

悬念十足的外层嵌入式视频紧紧抓住消费者眼球，吸引点击。内层连续展现三个原生视频，通过竖版视频和全景图片展示出来，搭配极速顺畅的全屏交互体验，在沉浸、无打扰的环境中，将来自古代宫廷的产品故事娓娓道来

互选广告



平均CTR 10%，最高达19.5%

借势高考这一社会热点，基于智能分析，为麦当劳推荐休闲娱乐、潮流时尚类优质公众号；同时，定制内容模式使这些极具个人属性的流量主得以在文章中分享自己的高考故事及准考证，带出#满分挺你#的品牌理念，引发粉丝深度共鸣

选择式卡片广告



麦当劳为首批受邀投放客户

麦当劳联手谢霆锋，为食客献上两款争“锋”相对的新料理。讲究格调的“星级锋味”和脑洞猎奇的“黑暗料理”在广告外层赚足人气，两个落地页的精美图文介绍吊足吃货胃口，引发猜想和互动讨论

以移动互联网赋能门店，服务年轻消费者，传递独特品牌价值



麦当劳中国副总裁、首席市场官须聪女士在中国“互联网+”数字经济峰会上介绍“i麦当劳”微信小程序



顾客扫码使用“i麦当劳”微信小程序

“i麦当劳”小程序首页



“i麦当劳”小程序礼品卡首发



麦当劳中国 & 腾讯



移动营销时代，麦当劳与腾讯在内容、技术、数据等领域通力合作，并肩探索，连续打造行业标杆案例，有效提升品牌“可接近性”，成功向消费者传递独特的品牌价值，使品牌在目标消费者心中占据一席之地。

——须聪 (Christine Xu)
麦当劳 (中国) 副总裁，首席市场官



麦当劳是一个具有非常创新和开放思维的客户，我们很荣幸可以有这样的机会，将腾讯的创新营销、技术等整合能力以双方最期待的方式呈现到用户的面前。也很高兴我们的合作为品牌带来实效收益的同时，对行业也产生了深远影响。期待腾讯能够与麦当劳一起，继续推动营销趋势革新，分享商业智慧。

——郑香霖 (Steven Chang)
腾讯公司副总裁

THANKS