

必胜客×抖音好奇博物季

- ◆ **品牌名称:** 必胜客
- ◆ **所属行业:** 食品饮料行业
- ◆ **执行时间:** 2020.08.03-08.31
- ◆ **参选类别:** 短视频营销类

好奇博物季



 **2020 - AUGUST**



品牌合作背景:

比萨突围

在上半年疫情影响下，食品行业线下门店受到首要冲击，作为食品行业标杆品牌必胜客，如何在下半年绝地反击，**实现营销标杆案例打造？**

魔性芝士

必胜客2020年暑期上线三款非凡芝士比萨，区别于大行其道的“芝士=知识”的谐音梗玩法，必胜客推出“挤”“撒”“拉”三个魔性动作，突出芝士的非凡不同之处，**如何借势抖音传播必胜客芝士比萨特点？**



INSIGHT 最非凡的创意往往只需要最简单的操作

一个
凭“一个动作”
就可能
火遍全网的平台



单话题VV 2亿+;
单视频66w+点赞



INSIGHT 最非凡的创意往往只需要最强大的IP



2018
现象级刷屏——

7大国家博物馆合作
抖音文物戏精大会



2020
再掀热议话题——

15家国家博物馆合作
“云游博物馆”



2020
超级IP再上线——

四大国际博物馆加入
“好奇博物季”

CORE IDEA

好奇
博物季

来搞点非凡的事情吧!
让世界级馆藏为产品代言怎么样?



STRATEGY

#浑身都是戏#冬宫馆藏C位之争

世界级IP加持

世界四大博物馆之一冬宫博物馆
首次餐饮行业合作

平台级项目合作

从抖音戏精文物到云游博物馆
抖音王牌IP好奇博物季首次商业化

魔性内容传播

让世界级文物为品牌代言
演绎必胜客“挤撒拉”非凡芝士特色

【亮点一】世界级博物馆首次餐饮行业合作

四大世界博物馆之一

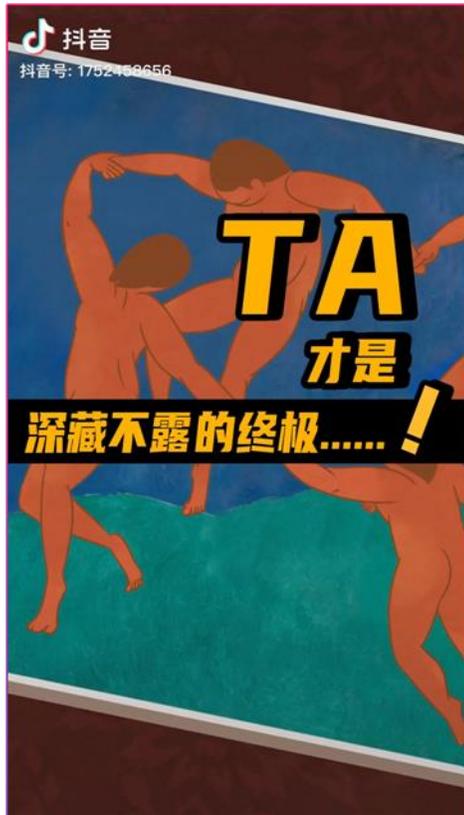
艾尔米塔什博物馆冬宫博物馆官方授权
首次跨界合作餐饮行业

不凡名画大咖
魔性演绎引爆

创新线下种草
全民戏精任务

非凡国博授权
认证只是吃法

【亮点二】魔性内容引发年轻受众共鸣



https://v.youku.com/v_show/id_XNDgwOTgyMjMwMA==.html



https://v.youku.com/v_show/id_XNDgwOTgyNTM2NA==.html?

让冬宫戏精文物为必胜客非凡芝士代言，魔性演绎产品“挤撒拉”特点，让用户产生记忆与互动
抖音平台年轻受众对魔性视频共鸣度极高

两支视频创造数据：

2000w
视频播放量

183w
视频点赞量

9%
视频互动率

【亮点三】 创意内容+粉丝沉淀+导流线下项目模式

内容原点



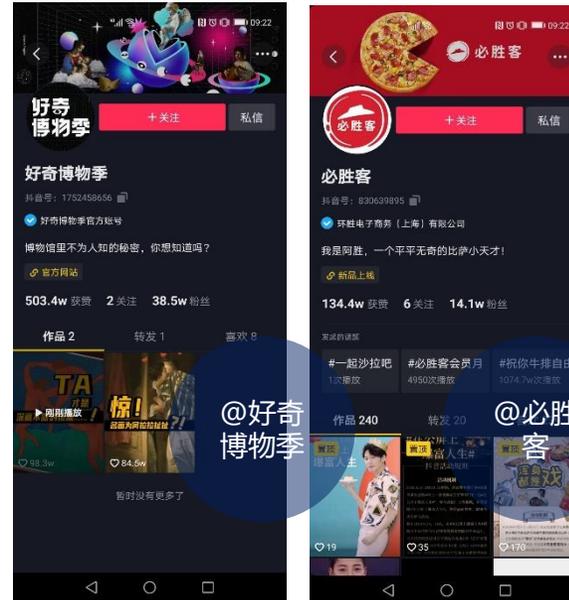
核心创意内容

话题发酵



核心创意内容

粉丝沉淀



品牌导流





2050w 视频播放量

用户自发相互@，并海量神评论

被广告植入惊讶到、为丘丘子的KPI操碎了心、被伏尔泰折磨的美术生.....
这届的抖音用户永远出乎你的意料

- 左丘明爱吃桃子 伏尔泰老公么么哒 6497
- 猫汤就是用猫炖成的汤 救命我画了一周的伏尔泰活了 13
- 陈逗逗@ 原来是个广告，我们多少人被套路了 7
- 东糖小钰 丘丘子 接广告了，快来捧场 3
- 茶花信笺 (老陈) @时岁. @星月共饮 @Cathy沈欢. @想做太阳 8
- 泰罗变身 @溪溯 你不再恋爱，丘比kpl不中了 7
- 柔一战. @qiqiz @顾晨 说实话前面还真没看出来是广告 8
- 安安随安 (今晚8点生日庆) 这个广告植入很顺滑了 2
- 米奇妙妙屋 @家住魔仙堡 这个广告打的我措手不及 5
- pillrid. 单体输出笑死我 2
- 黑月【给浮生】 好家伙，原来是恰饭 2
- 樱桃芝士炖草莓 @IU. @唐梧. @J.L. 这个广告好有文化 1
- 落霜鸿 @你走了我怎么办 看，这个丘比特 2

网友自发产出 爱的表情包



183w 视频点赞量

9% 视频互动率

配合话题
#浑身都是戏#

3889

话题参与量

3564.5w

话题播放量

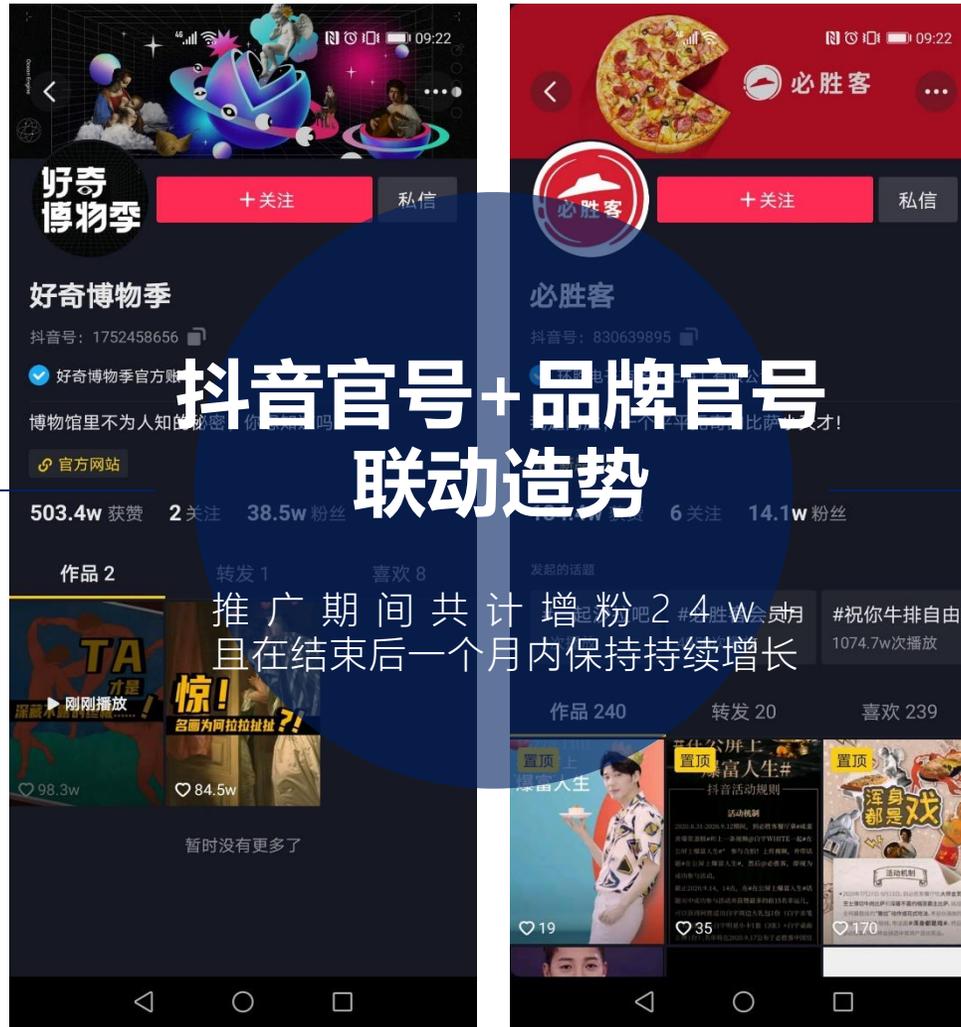


#浑身都是戏#话题助力必胜客芝士比萨戏精吃法传播

揭秘必胜客新品比萨



双蓝V发声，沉淀互动粉丝



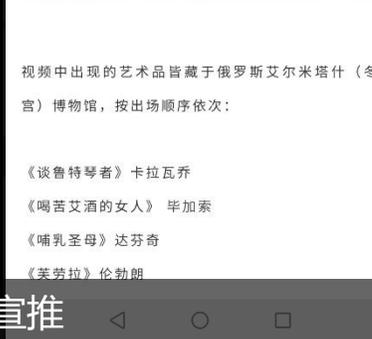
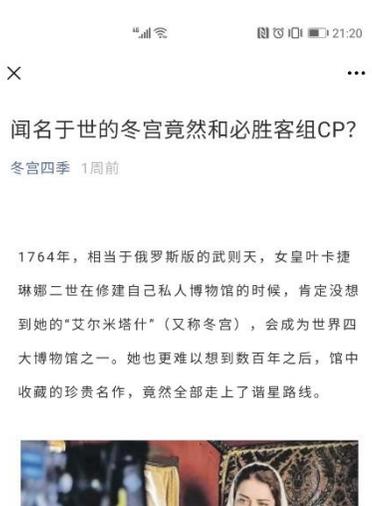
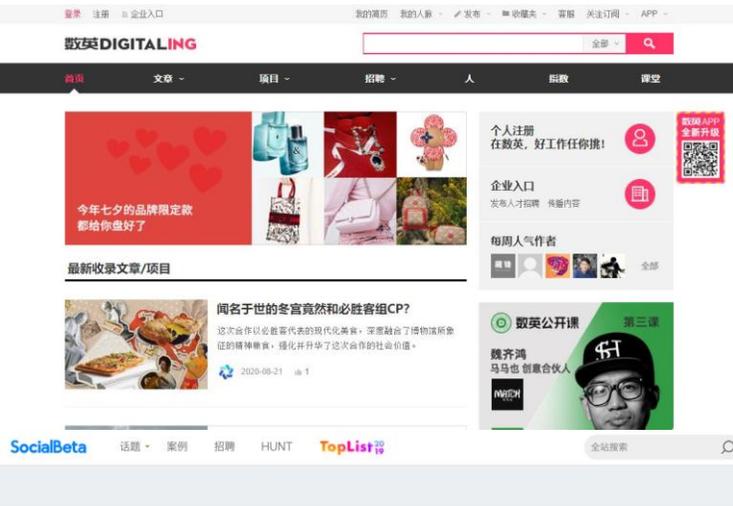
抖音官号
@好奇博物季
增粉：14w+

抖音官号+品牌官号
联动造势

推广期间共计增粉24w
且在结束后一个月内保持持续增长

品牌官号
@必胜客
增粉：10w+

多平台宣发，持续声量



冬宫博物馆、必胜客等官方平台发布，数英、广告门等平台联合宣推