

麦当劳5G炸鸡新品上市社会化营销

- ◆ **品牌名称:** 麦当劳
- ◆ **所属行业:** 餐饮
- ◆ **执行时间:** 2020.04.10-04.15
- ◆ **参选类别:** 内容营销类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://v.youku.com/v_show/id_XNDg0NjM5NDc1Ng==.html

项目概述：“5G”炸鸡发售，科技概念与美食如何跨界绑定

麦当劳计划于2020年4月推出运用“脆大汁嫩味”5大黑科技的新品炸鸡，以时下正热的“5G”概念进行包装

“5G”

概念硬核，晦涩难懂
如何更有趣？

“炸鸡”

资源有限，要占领认知
如何强关联？

在5G大规模商用的元年，科技概念与美食的跨界“联姻”，微博如何完成卖点与产品的深度捆绑？

推广策略：寻找“5G”的潜在引爆点，进行营销破题

“5G”只能是科技概念吗？

科技概念



#5g商用元年#

阅读2.2亿 讨论23.3万

5G的各种新应用

各大厂商发布的各类5G产品

都会引发微博上的热议

饭圈用语



#周震南用2g上网#

29.2万讨论 7.5亿阅读

多个流量明星的人设

“2G”周震南，“5G”蔡徐坤

“8G”黄子韬、夏之光

微博段子



#两个互联网2g用户的厮杀#

快来找我！！快来找我！！快来找我！

1829讨论 260.2万阅读

调侃追热点的速度

看不懂热搜时：“我2G了？”

消息比热搜快时：“你5G吧！”

自我标签



#和2g直男谈恋爱的感受#

你和男生交流的时候，有没有觉得

2508讨论 22.1万阅读

形容个人状态与反应

上班“2G”下班了“5G”

团战时我：“5G”队友“2G”

在社交平台上“XG”概念，演化出了更丰富且有趣的内涵，可成为传播的内容抓手

推广策略：伴随社交概念炒作，重新定义“5G”

KOL引发圈层共振

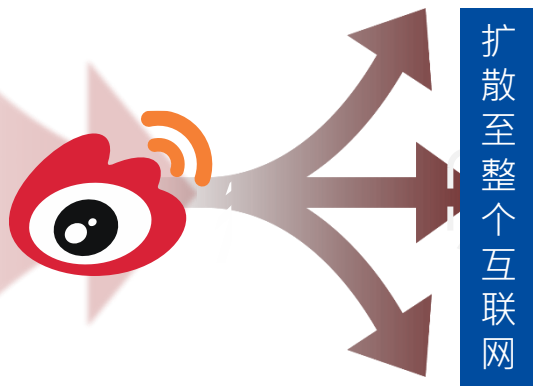
让概念先在特定圈层快速的传播，形成初步的认知

话题聚合热度

热点策源力，让初步流行的“XG”概念在微博人人可看见

破圈刺激社交裂变

刺激社交裂变量，让“XG”概念人人可创造，变成社交流行



通过重新炒作“XG”概念

产品找到全新的结合点

同时伴随新的社交梗的流行

趁势占领用户心智

前期针对性挑选各圈层头部KOL，推广期博文多角度炒作并主动触发原生评论，在多个圈层形成XG舆论潮

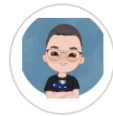
概念炒作

KOL甄选 对点引爆

KOL分工 配合造声势

引爆圈层 热度持久

科技圈：又有5G新品？



@科技的那些事



@新浪科技

饭圈：“你家爱豆几G？”



@微博爱豆



@新浪综艺



@微博综艺

搞笑：“沙雕XG网友”



@银教授



@追风少年刘全有



@回忆专用小马甲



@英国报姐

美食：“5G炸鸡好吃”



@吃饭啦光小强

12位美食KOL



前两天在#我5G了#这个话题看到某银在cue我。想到有次我们一帮朋友玩游戏，银教授因为疯狂掉线被朋友吐槽，他还在那嘴硬：“呸，这游戏对配置要求很高好不好！”朋友：“大哥我们玩的是斗地主……”哈哈，他一村通网2G青年还好意思笑别人。你认识的谁还活在2G？你呢？5G了没？带话题来说看看！



4月13日KOL博文

- 带话题吸引粉丝参与
- 博文炒作XG概念
- 关键词触发原生评论



你的5G一鸽再鸽，麦当劳5G新品说来就来👉
霸气发车，速戳下方补票！#我5G了#

麦当劳



#我5G了#打破慢网速！队友快上车！管他是“5G”的炸鸡、火锅、奶茶...先抢一波再说//@麦当劳:你的5G一鸽再鸽，麦当劳5G新品说来就来👉霸气发车，速戳下方补票！#我5G了#

@追风少年刘全有:前两天在#我5G了#这个话题看到某银在cue我。想到有次我们一帮朋友玩游戏，银教授因为疯狂掉线被朋友吐槽，他还在那嘴硬：“呸，这游戏对配置要求很高好不好！”朋友：“大哥我们玩的是斗地主……”哈哈，他一村通网2G青年还好意思笑别人。你认识的谁还活在2G？你呢？5G了没？带话题来说看看！

4月14日KOL博文

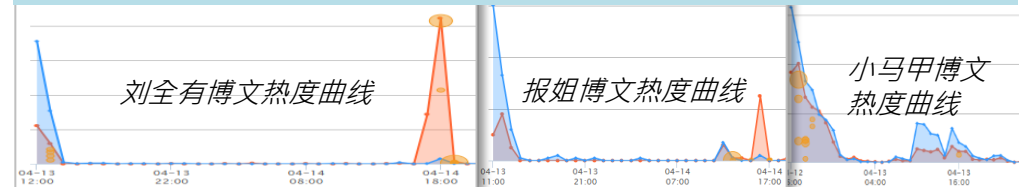
- 转发原生评论关联品牌
- 互相转发博文二次引爆
- 转发文案再触原生评论



任凭你全糖满料还是双倍奶盖，麦当劳5G新贵，没有那么多花里胡哨，只有让你一次过足瘾！

KOL总阅读量：7634万 博文最高传播层级：8层

KOL互相转发配合，同一条博文在推广期出多个热度高峰

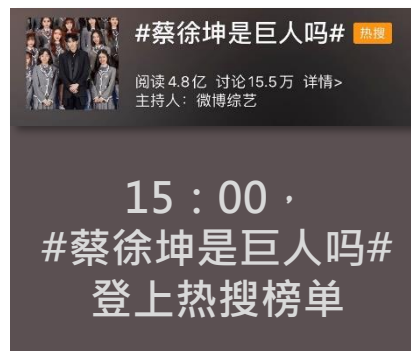


“5G” 蔡徐坤原生热点借势，成功打造传播期内传播效果最佳的一条推文，深度触达饭圈，显著增加话题热度

12:00 蔡徐坤身高热点缘起



15:00 捕捉热点发掘机会点



16:25 文案产出博文上线



2小时内 完成从热点捕捉到文案产出。在蔡徐坤话题热度高峰期及时借

#蔡徐坤是巨人吗#

#我5G了#



成为推广期热度最高的博文

触达粉丝的同时破圈层传播

话题通过粉丝讨论吸引关注



Top Mobile Awards

● 占领用户社交评论区关联品牌，强化新品悬念感

媒介&执行

关联产品

配合官微悬念海报

大量科技博主带“5G”
发博猜测麦当劳新品

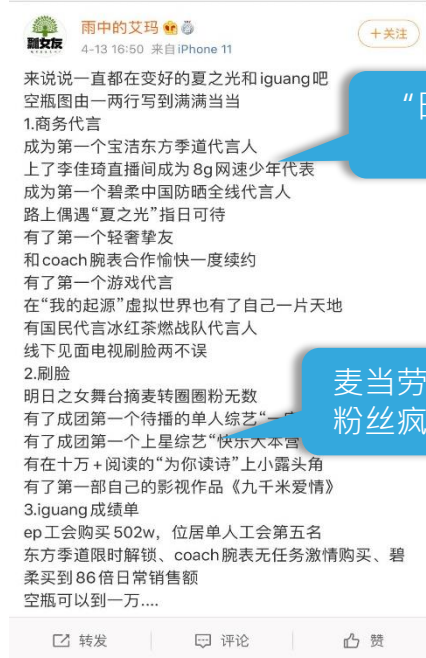


“麦当劳5G什么鬼？
搞手机了？”

麦当劳“正主下场评论”
评论区变身用户调侃区

配合圈层炒作

大量饭圈人群带“XG”
分享爱豆日常



“日常表白8G爱豆
夏之光”

麦当劳“空降”评论区
粉丝疯狂安利自家爱豆

用户主动“求评论”

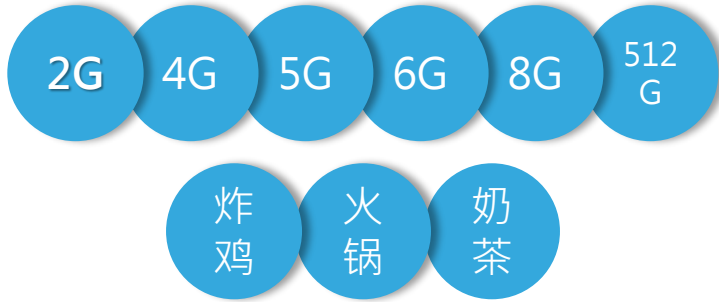
用户尝试多个关键词“钓评论”



“苦等”评论而不得的用户在评论区“演”了起来

前期炒作使得原生评论与用户博文内容关联度高，海量用户主动回复或二次触发评论，产生大量社交裂变

关联产品



多关键词触发，覆盖XG社交讨论

针对不同圈层用户设置随机文案，原生评论更“鲜活”



投放期“2G+4G+6G+8G+512G”词云
强势关联XG，圈层引爆效应显著

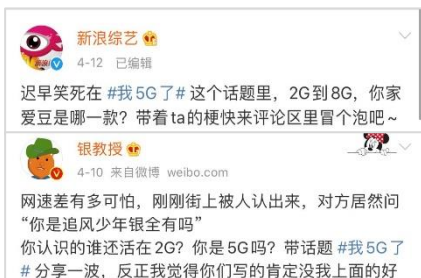


投放期“奶茶+火锅+炸鸡”词云
品牌关联美食，成功引导舆论

全程承载“XG”话题讨论，让每个圈层都能互相“看见”，同时通过适时的“变身”让概念关联品牌

关联产品

达人博文带出话题



达人博文+原生评论带出话题



美食达人种草产品带出话题



聚合热度

关联品牌

原生页面吸引参与



头图关联“5G”炸鸡



置顶产品种草博文



BIG DAY热度保证，#麦当劳5G炸鸡#重磅揭晓，声量爆发

媒介引爆



麦当劳与“5G”产生深度绑定，炸鸡新品引发全网热议，大量用户在互动的同时参与领券晒单

“5G”全年微博相关讨论词云



5G炸鸡在微博掀起大量关注

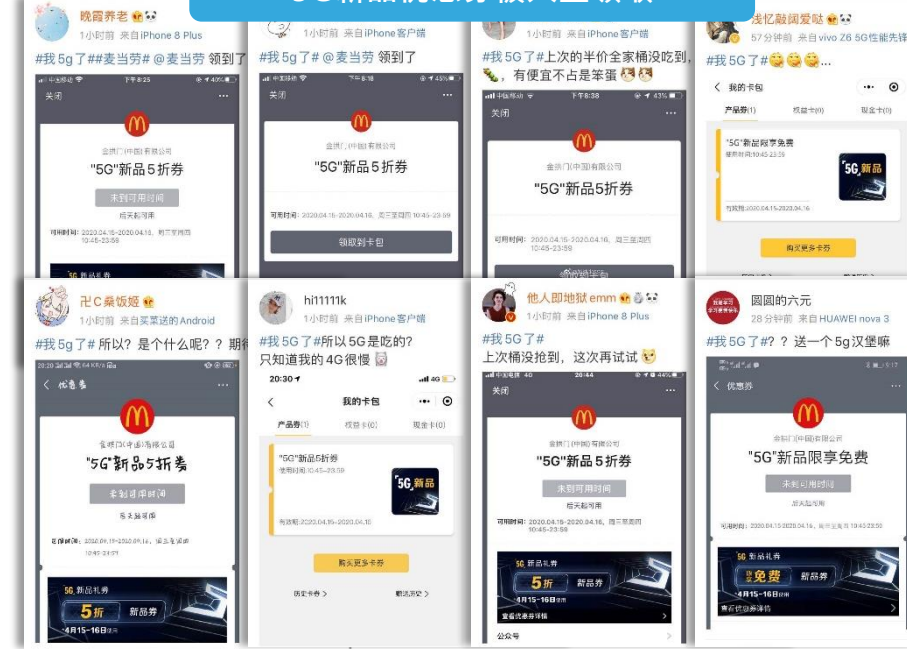


项目触达人群
投放前后品牌提及
提升率
668%

#我5G了#
话题总阅读量
4亿

项目触达人群
投放前后品牌互动
提升率
101%

5G新品优惠券被大量领取



与投入巨大的手机厂商相比，麦当劳在投入相对有限的情况下
成功占领“5G”概念的用户认知

概念炒作+产品关联+媒介引爆达成预期目标
让5G炸鸡成为全平台热议焦点

麦当劳通过推广在引爆产品声量的同时，
收获社交裂变带来的产品转化实效

麦当劳官微高速增粉，影响力触达多圈层新受众，上市炸鸡新品收获大量好评



品牌兴趣人群圈层丰富度被显著拓展

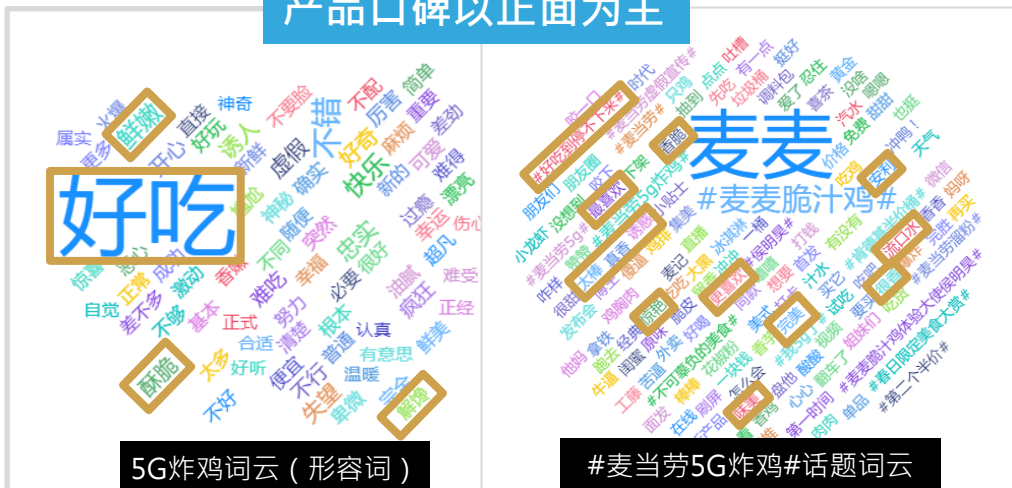
综艺兴趣人群占比 **提升30%**

数码兴趣人群占比 **提升29%**

音乐兴趣人群占比 **提升16%**



产品口碑以正面为主



麦当劳“5G”炸鸡推广项目
创造品牌近两个月以来的声量峰值



巧用微博社交基本力，引爆新品上市

发掘产品概念的社交内涵

KOL圈层共振

话题热度聚合

资源引爆关注

从KOL圈层共振，到话题热度聚合，再到资源引爆关注，本次营销，麦当劳巧妙撬动社交支点，实现社交声量全方位提振，品牌提及与互动在触达人群中增长显著，更激发圈粉效应，成为5G战场最惊喜黑马！