

FPX夺冠 “鲨” 气十足 助力上好佳 “有鲨气薯片” 品效双收

- ◆ 品牌名称: 上好佳
- ◆ 所属行业: 食品
- ◆ 执行时间: 2020.05.01-05.30
- ◆ 参选类别: 效果类-品牌传播

品牌现状：国内以三只松鼠、百草味、良品铺子为代表的零食品牌风生水起，而上好佳依然还是传统的营销方式，因此上好佳想要获得市场就需要在营销方式上跟上时代潮流。

营销机会：电竞已成为现在年轻圈层中的主流文化现象，是品牌吸引潜在消费者的有效渠道。

时下热点：英雄联盟第十届全球总决赛，中国赛区的FPX战队以3比0的全胜成绩战胜了欧洲G2战队，获得2019英雄联盟（LPL）全球总决赛冠军，成为时下热议的话题。

借势FPX夺冠，跨界IP联名，引爆上好佳品牌关注度和影响；

联合FPX选手、高影响力的UP主，共创创意的火花，和年轻用户玩在一起；

为上好佳积极打造品牌战役的同时，为消费者带来全新的品牌印象及产品体验。

FPX战队X上好佳：就这么有鲨气





深入电竞文化 实现情感共振

联合FPX战队推出上好佳联名款“鲨”薯片，在薯片包装上更是根据口味，一一对应选手，加入了“中野双C”、“下路双子星”、“上单说唱王”等电竞粉们广为熟知的电竞黑话，增加用户的购买欲望。

充分发挥FPX热门选手的力量 实现上好佳品牌与用户的进一步互动

合作方式并非简单品牌曝光，而是围绕上好佳与FPX的定位，与用户打造深层次互动，将品牌内涵潜移默化地根植在玩家心中。

- 【抽奖活动】鲨气不绝，好礼不断
游戏互动，抽取FPX同款战前必备补给薯片，体现FPX与上好佳品牌“有杀气，不服输”品牌精神。
- 【话题发起】上好佳，就是这么有鲨气
联合FPX选手、高影响力的KOL，与用户共同创意火花，玩转上好佳“鲨”薯片。



各圈层网红大咖强势种草，有效帮助品牌触达更多用户

选择借助各维度、各圈层的头部UP主的粉丝势力，将产品信息触达更大面积的年轻用户，助力品牌完成心智占领。



2019百大UP主、直播签约主播

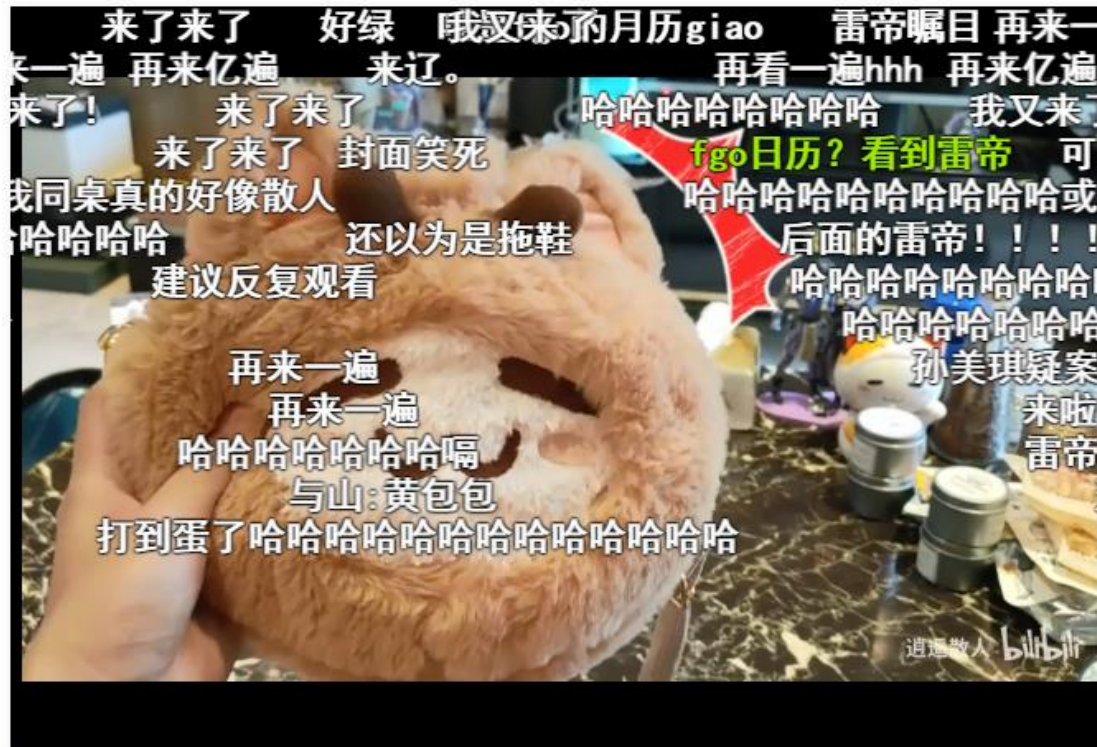


2018百大UP主、知名美食UP主



《非正式会谈》常驻嘉宾

89.0万播放 · 2.5万弹幕 未经作者授权，禁止转载



趣味VLOG的形式有力传达品牌信息

在日常生活的视频中多次融入产品信息，头部UP主的生活VLOG植入表现更有趣，且更具煽动性，能让用户在不知不觉中就开始参与上好佳零食的讨论。

视频链接：<https://www.bilibili.com/video/BV1Sa4y1i7fc>

20.9万播放 · 2655弹幕 未经作者授权，禁止转载



为品牌创造有新意的适用场景 实现品牌场景的延伸

区别常规吃法场景，用薯片代替薄脆，通过“煎饼果子+薯片”的方式吸引用户注意，将品牌嵌入更多使用场景，针对多元圈层进行渗透传播，实现品牌场景的延伸。

视频链接：<https://www.bilibili.com/video/BV1Re411p71d>

1.7万播放 · 203弹幕



打破次元壁垒 二次元IP助力打造上好佳内容娱乐化

内容形式令人耳目一新，为FPX量身定制的动漫人物形象，将大受年轻用户欢迎的二次元与电竞完美融合，收获用户认可。

视频链接：




<https://www.bilibili.com/video/BV1Za4y1i7KU>

边看边卖，打造销售闭环，促进商品转化





通过点击广告位按钮直接跳转淘宝，缩短用户购买决策途径，打造销售闭环，助力用户边看变买，推动销售转化。








梦想加入逆熵的咸鱼 
我就想知道在哪买？有没有谁告知一下？
2020-05-20 05:34   回复






一夏蝉鸣  
快买！我准备入股了！
2020-05-18 20:21   回复



枪魂、瞬 
说实话，小天好吃，贡子哥好吃
2020-05-18 15:16   回复



茶時月渡 
来一包伤口味
2020-05-18 14:45   回复

帮助品牌突破现有刻板印象，
让上好佳不仅再是【童年回忆中的零食】而已

借势电竞热点大事件，
升级品牌IP内涵，彰显品牌年轻活力

收获全民热议与关注，在bilibili平台
获得1412万+曝光，播放量更是高达115.9万+

- 上好佳在这次的传播布局上，先是与刚拿下英雄联盟全球总冠军的FPX联名合作，为FPX热门选手量身定制“鲨”薯片口味，利用FPX战队对当代年轻粉丝的影响力和号召力，瞬间就得到了粉丝们地积极响应，借势出圈。
- 而后上好佳在B站上发起#就这么有鲨气#话题，同时联合各圈层up主共创鲨薯片的花式玩法，在与FPX战队联名的基础上，进行了更大范围的传播，成功辐射更多年轻的受众群体。
- 总体而言，上好佳在整个传播过程中，深度挖掘了电竞战队IP，并运用网红大咖的发散与硬广活动的加持，建立1+1>2的裂变传播，让粉丝们在看各种特“爽”的内容同时，打破了对上好佳品牌的传统印象，以年轻化的形象，重新收割新圈层流量。