

# KFC x 网易有道：解锁“硬核”午间大学，“寓教于吃”新场景

广告主：KFC

所属行业：餐饮

执行时间：2019.09.02-09.27

参选类别：跨媒体整合类

## 营销背景

- 1、2019 年，大家都会把“我太难了”挂在嘴边，用来表达对寒冬之下生活的无奈，63%的职场人对当前的就业环境感到深深的焦虑，危机感在不断促使职场人自我进化。
- 2、另一方面，2019 虽然是“水深火热”的一年，但整个教育行业反而没有受到太大的影响，在这条“反周期”的赛道上，在线教育给了职场人一条便捷的蓄能渠道。
- 3、作为年轻人喜爱的餐饮品牌，肯德基深知他们对职场成功的渴望，重磅上线 19 元起硬核午间套餐，在满足大众胃口的同时，用“硬核”加持职场战斗力。



## 营销目标

“身在职场，不进则退。”肯德基迅速捕捉到这一痛点和诉求，寻求靠近“职场人群”的机会，并让职场人群主动成为品牌的一份子。

## 策略与创意

**核心创意：发起“硬核”午间大学，直击用户表层饥饿感与底层痛点**

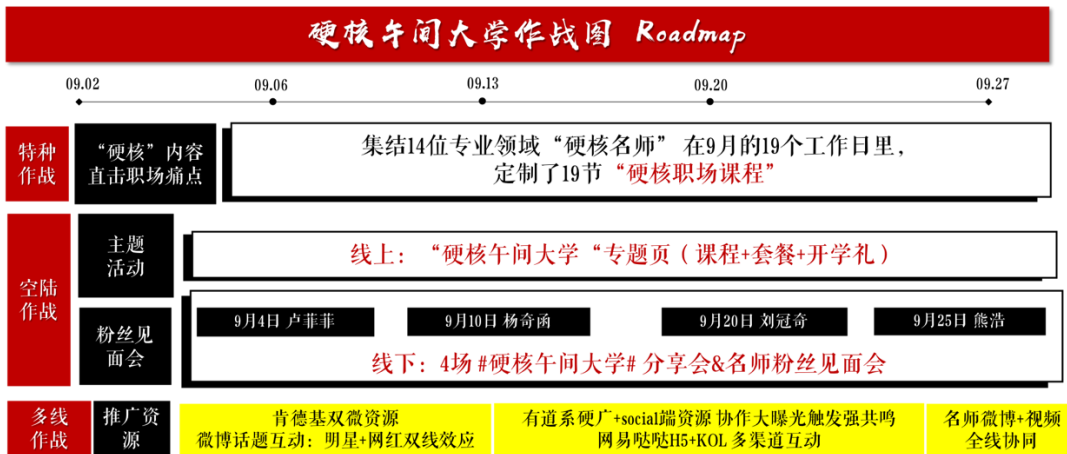
“硬核”午餐既是产品卖点，“硬核”技能又是职场刚需，通过“硬核”将职场与午间场景打通，邀请#硬核名师#，于 9 月联合打造职场季活动，全面布局切入都市白领的职场工作场景，通过#硬核名师#的王牌内容教育，解决职场社交、办公技能、升职加薪、形象管理等需求，给予其正能量的向导和精神上的鼓励，让 TA 们既能享受性价比午餐又能获得技能提升。

**策略：“寓教于吃”，打破职场与午餐场景壁垒**

一方面通过高性价比的产品抓住职场人士的午餐时间，另一方面也通过职场课程为品牌和用户开辟了最具价值的沟通场景，打破以往仅以价格优惠等方式吸引受众的传统营销模式，更深度地切合年轻消费者取向。

**执行过程/媒体表现**

**执行策略：以内容为核心，“空陆”双线承载，跨媒体多线触达**



**Part1 特种作战：19天职场提升“硬核”课程搭配 KFC 午餐，双重充能**

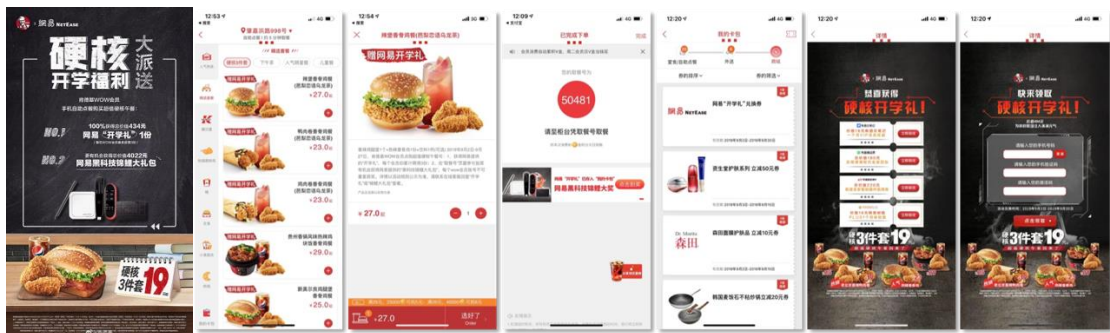
抓住碎片化“提升职场技能”这一职场痛点，肯德基携手网易有道，集结 14 位专业领域大牛，让用户 0 元即可享受 19 节线上硬核有道精品课。





### Part2 空军作战：“硬核”开学福利大派送：全心全意为用户创造价值

活动恰逢开学季，网易有道整合网易五大平台硬核产品（有道云笔记+有道精品课+有道智能硬件+网易严选+网易邮箱大师），为购买超值硬核午餐的消费者特别设置了网易“开学礼”和网易黑科技锦鲤大礼包，点餐流程解锁多重奖励措施。



### Part3 陆军作战：“硬核”涨知识午餐会：四位名师穿越屏幕遇见你

针对职场技能核心痛点，四位名师穿越屏幕遇见你：卢菲菲演示超强记忆法，提升职场记忆力；刘冠奇幽默的讲课风格，揭示了练好职场口语的要素；杨奇函分享了他从老师、公务员再到老板的硬核职场路，指导大家进行职业规划；熊浩则针对职场沟通，现场情景模拟提高沟通能力。



**卢菲菲**  
演示超强记忆法，提升职场记忆力



**刘冠奇**  
幽默的讲课风格，揭示了练好职场口语的要素



**杨奇函**  
分享了他从老师、公务员再到老板的硬核职场路，指导大家进行职业规划



**熊浩**  
则针对职场沟通，现场情景模拟提高沟通能力

### Part4 工兵作战：“硬核”主题餐厅：专属标识承包全国所有门店

上海及北京 2 家肯德基硬核主题餐厅，打造沉浸式环境氛围；5000 万份桌垫纸覆盖 KFC 全国所有门店，塑造专属活动标识。



**媒体表现：多渠道构建年轻沟通语境，直达用户情绪和味蕾**

**第一步大曝光：网易系+KFC 全平台合能协作**

聚合网易新闻、有道云笔记、有道精品课等优质资源，全面铺开广告营销传播，使活动获得海量曝光。不仅如此，针对“午间大学”的概念，有道精品课 App 在每天 11 点-14 点还准时上线 0 元精品课，方便职场人士午餐时间的“碎片化”学习。

**优质硬广资源强势引流为活动多维造势**



**第二步猛造势：善用内容基因，联手网易哒哒再次打造刷屏级 H5**

网易哒哒互动，采用微信回复的互动形式，判断个人职场社交“段位”，通过逼真的领导、客户、同事回复语境，将职场技能与“硬核午间大学”结合，更易被年轻人接受。



### 第三步扩影响：网易系+KFC 携手朱一龙、KOL 及名师扩大社媒影响力

邀请代言人朱一龙演绎职场硬核青年，大胃王朵一、小爱酱、吃货樱桃酱等 KOL 在微博话题#硬核午间大学#参与互动，动员更多受众参与，扩大活动影响力；有道名师紧跟传播节奏，大量吸粉，有道微信矩阵倾情演绎，配合造势。



## 营销效果与市场反馈

### “硬核”效果与转化：

- 1、广告效果：本次项目完成了 11 亿+总曝光，1596 万+总点击；
- 2、内容效果：本次项目专题页+H5 共计完成 6500 万总曝光，参与用户近 300 万人次；
- 3、转化效果：本次项目完成了 165 万+发券量，完成率高达 200%；

### 效果小结：

项目整体效果远超预估，不仅帮助客户成功“靠近”了目标人群，更带来了多维度的“硬核”转化，超额完成营销目标。



**市场反馈:**

- 1、品牌跨界获得如此高的声量和参与度，无疑是成功的现象级事件。对年轻人群的精准把握，基于洞察的营销策略，以及年轻化传播渠道的选择，三者共同创造了品牌跨界营销的良好土壤。
- 2、成功的营销合作，一定是以用户为中心的，而一枚案例的多方共赢，一定就是在一件事上，大家做各自擅长的事。