

可口可乐咖啡+：精准场景触达，瞬时引爆社交抢购

广告主：可口可乐

所属行业：非酒精类饮料

执行时间：2019.11.01-11.31

参选类别：移动营销类-微信营销类

营销背景及目标

近两年，中国碳酸饮料销量持续低迷。2019 年 6 月，可口可乐希望通过新产品可口可乐咖啡+在中国的上市激活消费者对于碳酸饮料的需求，提升销量。但由于可乐+咖啡的全新口味让消费者难以迈出尝试的第一步，且中国每年人均咖啡消费量仅为 4 杯，有限的需求量使产品面临难以打开市场的局面。

策略与创意

腾讯广告洞察到新产品想要成为流行，撬动乐于尝鲜的早期使用者是关键，并从以下四方面出发针对性打造朋友圈广告：

- 1、深挖种子用户，敲开市场大门：**分析可口可乐咖啡+的种子用户，挖掘咖啡爱好者+可口可乐爱好者+朱一龙粉丝的消费潜力，以种子用户的社交影响力撬动产品广泛传播；
- 2、创新广告形式，触动用户参与：**通过视频轻互动样式为用户在轻轻滑动中创造与朱一龙产生互动的感觉；加入大量视觉、听觉的创意元素，直接刺激销量提升；
- 3、明确使用场景，精准限时投放：**设置准确投放时段，在最需要振奋精神的时段将可口可乐咖啡+呈现给用户，广告效果加倍提升；
- 4、设置转化渠道，轻松带动售卖：**广告一键跳转至电商平台，大幅提升转化效率。

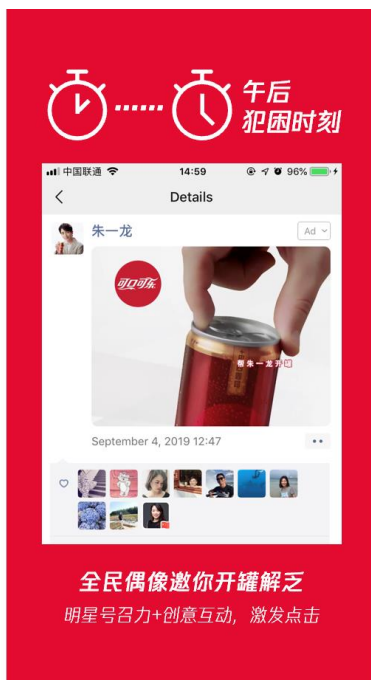
案例视频：<https://v.qq.com/x/page/e3066ivmct5.html>

执行过程/媒体表现

午后解乏场景精准触达，明星创意互动一键购买

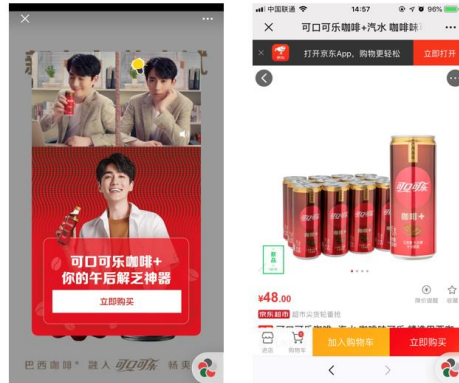
- 1、考虑到可口可乐咖啡+产品的应用场景，广告投放时段限制在午后，在咖啡和可乐需求量最高的时间对广告进行投放；
- 2、广告外层采用了创新的朋友圈广告视频轻互动样式，使用户不仅停留在观看广告，而是受到广告吸引通过手势“帮朱一龙开罐”，简单滑动，即可体验与偶像互动的感觉，有趣的别样体验可大

幅提升用户参与度。



微信朋友圈广告限时推广

助力可乐咖啡+精准场景触达，瞬时引爆社交抢购



一键跳转电商，买可乐咖啡+囤货解乏

顺畅下单体验，有效提升产品销售转化

14倍

总互动点击率高于行业均值

推广效果

营销效果与市场反馈

1、ROI

广告以 125w 预算实现了 2300w+ 曝光量，触达人数超过 1000w，实际 CPM 比大盘均值低近 3 倍。用户点赞评论次数达 1.8W+，互动视频观看次数超过 2100w，用户分享为品牌带来 14.9w+ 额外曝光，广告的互动点击率高于行业均值 14 倍。远高于行业均值的曝光及互动表现代表着广告为品牌带来的高效人群触达及信息传播。

2、客户满意度

广告为客户促成销售转化，使产品在短时间内成为电商平台爆款，收获用户积极反馈，更有用户直接表示“自从看了广告就心心念念”，销售业绩得到客户直接肯定。

3、影响力

广告的走红进一步带动了微信广告视频轻互动样式的售卖，在 2019 年 Q3 用户最喜爱的朋友圈广告排名前十的广告当中，有 9 支都使用了视频轻互动的样式。

4、社会舆论口碑

广告亦在大众圈层中受到广泛好评，“可乐、咖啡、朱一龙都是我的最爱”，精准的营销策略为品牌极大提升用户友好度。