

## 肯德基×小米，WOW 桶“TECH 锦鲤季”

广告主：肯德基

所属行业：餐饮行业

执行时间：2019.03.18-04.28

参选类别：创意传播类

### 营销背景

2015 年肯德基进入数字化创新时代，坚持颠覆式创新，希望通过科技来重新打造中国的零售餐饮的体验，如：自助点歌体验餐厅、刷脸点餐支付、全程无人自动化服务……

作为肯德基宅急送特别打造的 WOW 桶，截止 2018 年已连续推出 9 季，每季都融合热点 IP，打造电影季、运动季、二次元季、音乐季、游戏季等主题 WOW 桶，通过跨界不断给消费者带来惊喜。



### 营销目标

通过肯德基与小米两大 IP 联合，打造第十季 WOW 桶的创新玩法。

## 策略与创意

小米九年，拥有超 280 款+智能硬件，电视，音箱，扫地机器人.....这些设备已进入人们的生活，且用户量激增。庞大的数字背后，是一个科技宅群体的诞生。

KFC 宅急送 WOW 桶，大多的食用场景是朋友聚会、办公室订餐、家庭聚餐等多人分享的场景。

案例视频：

[https://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNDU0MTg2NzEwMA==.html?spm=a2hbt.13141534.0.13141534](https://v.youku.com/v_show/id_XNDU0MTg2NzEwMA==.html?spm=a2hbt.13141534.0.13141534)

### 【营销策略】

为订餐增加科技感和趣味性体验，赋予“WOW 桶”黑科技，让其成为本季的亮点。

以小米智能硬件“无人机”、“机器人”与 WOW 桶桶身结合，设计“飞翔的合影桶”、“行走的炸鸡桶”来匹配 WOW 桶的食用场景——

朋友聚会时：飞翔的合影桶——搭载小米无人机拍照功能，



工作会议时：行走的炸鸡桶——搭载小米机器人的行走功能。



## 执行过程/媒体表现

WOW 桶-TECH 锦鲤季，以小米全生态优质资源推广，让人眼前一 WOW，引爆米粉关注热潮。

WOW级覆盖	WOW级大事件	WOW级锦鲤
<p>搭载小米生态， 辐射3.2亿米粉群体·多场景触达·率先 引爆品牌合作</p>	<p>搭载小米4月米粉节 (借势推广最强触达) 叠加肯德基WOW桶科技范的影响力</p>	<p>整合小米科技产品， 打包成豪华礼单·强化wow的大锦鲤· 升华用户的品牌感受</p>
[基于小米生态覆盖]	[依托米粉节]	[科技范的感恩回馈]

### 亮点一、WOW 级覆盖——【小米资源矩阵全方位露出，霸屏助攻热度翻倍】

- a- 小米 OTT 触达家庭场景：开机广告邀请奇葩说陈铭拍摄 TVC，解锁 TECH 锦鲤桶，完美诠释主题；创意霸屏技术，融入高度契合的家庭场景，加强用户记忆。
- b- 小米社区发帖粉丝互动：社区发出三篇不同主题帖抽取幸运用户赠送小米智能产品，激发米粉参与热情，争先爆出手中 WOW 桶，积极参与互动。
- c- 小米官方媒体联合背书：小米官方账号联合转发，包括小米公司、小米社区、小米无人机等，覆盖 1580 万米粉，共同打造科技锦鲤桶。
- d- 超级网红雷军微博互动：借力小米 9 周年，自主制作 WOW 桶相关内容贺卡，获得雷军支持。



**小米OTT精准触达米粉家庭场景**

开机广告：邀请奇葩说BBking陈铭来拍摄TVC，解锁TECH锦鲤桶，完美诠释主题。

创意霸屏广告：有助于加强用户记忆，增加impact

**小米社区置顶发帖，与米粉互动有效提升米粉参与感与品牌好感度**

社区发出三篇不同主题帖 抽取幸运用户赠送奖品

米粉争先爆出手中WOW桶，积极互动，期待中奖！

线上覆盖小米头部APP，有效触达核心米粉，提升活动Awareness

**多家小米官方自媒体背书覆盖1580万米粉**

小米官方账号联合转发 共同打造科技锦鲤桶

小米公司 粉丝：1396万	小米社区 粉丝：61万
小米手环 粉丝：33万	小米智能生态营销 粉丝：2万
小米无人机 粉丝：1.4万	小米智能生态营销 微信公众号

借力小米9周年，自主制作WOW桶相关内容贺卡，获得雷军支持

雷军  
微博粉丝：2126万  
微博互动数：6000+

## 亮点二、WOW 级大事件——【借势小米米粉节，深度植入品牌信息】

米粉节是小米公司举办粉丝的盛大狂欢，进行对米粉的答谢活动。活动 H5 中品牌权益深度定制，参与活动即有机会获得肯德基超值优惠券，有效刺激购买。



## 亮点三、WOW 级锦鲤——【小米智能硬件，助力 WOW 桶变“锦鲤”】

小米承包 WOW 桶万元锦鲤大奖：55 英寸小米电视 4，小米 mix3，小米扫地机器人，小米集显笔记本等人气产品，组团出击，承包家里 80% 的家用电器！重磅级壕礼，引发消费者疯狂抢购，不断突破 WOW 桶销售记录。



## 营销效果与市场反馈

### 1、【关注度 WOW】

透过小米优质推广资源，WOW 桶“TECH 锦鲤季”得到近 2 亿曝光量！

### 2、【销量 WOW】

通过 TECH 锦鲤桶的打造与推广，让肯德基 WOW 桶的销量大幅提升，较之前上涨了 30%。

### 3、【喜爱度 WOW】

联合 IP 打造的黑科技 WOW 桶，最终将其在阿里拍卖，成交额达 33W，总计 45 万人关注。



产品名称	当前价 (RMB)	感兴趣人数	起拍价	卖家
飞翔的合影桶	16.8895万	171318	¥1	肯德基会员官方旗舰店
行走的炸鸡桶	16.1014万	213712	¥1	肯德基会员官方旗舰店