

奥利奥，爱（AI）上扭舔泡

广告主：奥利奥

所属行业：食品

执行时间：2019.03.22-04.04

参选类别：移动营销类-展示类

营销背景

奥利奥是主打娱乐功能型的饼干，主张“玩在一起奥利奥”，玩心不会因为我们成长而消失，快乐可以多样有趣。因此，从奥利奥音乐盒到奥利奥 DJ 台，再到奥利奥 OBOX 游戏机，黑科技是奥利奥圈粉年轻用户的利器。2019 年奥利奥联合支付宝开启了#赏金挑战赛#，再次引发全民 AR 游戏热潮。

营销目标

- 1、传递奥利奥“玩在一起”的品牌精神。
- 2、让品牌从同质化营销中突围，创造黑科技创新玩法。
- 3、为奥利奥#赏金挑战赛#活动高效导流。

策略与创意

1、【营销洞察】

1) 媒介洞察——小爱同学

2018 年小爱同学落地小米手机，不仅是**智能手机 AI 助理**，小爱同学更成为了用户的大玩具；用户习惯在闲时场景撩小爱同学，**闲聊成为主要的使用场景**。同时也是**年轻用户的聚集地**，全终端小爱同学累计唤醒次数达 80 亿次+，月活跃用户数达 3400 万+，29 岁以下用户占比 63%。

2) 人群洞察

爱玩爱聊：米粉爱玩、爱新事物的特性契合奥利奥 playful 的品牌属性。据后台统计，小爱同学的闲聊及娱乐场景占比 25%，她就像手机里的朋友一样每天与用户互撩。

愿意尝鲜：小爱同学每种新技能的上线都能引来很多米粉的尝试；而好玩新鲜的广告形式，同样也会引起他们的好奇。

2、【策略与创意】

AI 上扭舔泡，“玩”出花样奇趣。

以为奥利奥实现米粉精准导流，联结米粉与奥利奥之间的品牌情感为前提，我们选择了人工智能语音助手——小爱同学作为导流渠道，通过小爱同学场景化植入的原生引导以及 deeplink 技术的直接触达，让开启#奥利奥赏金挑战赛#变成“一句话的事儿”。



执行过程/媒体表现

【STEP1】闲时场景找到爱“玩”的TA

小爱同学在三大闲时场景：闲聊场景、娱乐场景和无效场景进行原生化引导，引导用户说出触发语“奥利奥新玩法”。



【STEP2】奇趣好“玩”，语音唤起桌面级霸屏浮层

只要用户对小爱同学说出“奥利奥新玩法”或“玩在一起”，即可唤醒主屏幕定制浮层广告。利用小爱同学特有的 deeplink 技术，实现霸屏浮层广告后自动调起支付宝 AR 游戏页，无需点击，自动调起活动游戏入口。



【STEP3】让爱“玩”的人影响他人，打造 social 事件

围绕“你是会玩奥利奥的人吗”的主题，小爱同学官方微博和奥利奥官方微博双方互撩。官方在抖音发布优质病毒视频内容，用 PGC 内容拉动 UGC 内容生产，刺激用户参与。



抖音账号发酵

官方优质病毒视频内容传播

PGC内容拉动UGC内容生产，刺激用户参与

魔性奥利奥玩在一起素人视频



精美奥利奥玩在一起动画视频



营销效果与市场反馈

奥利奥玩在一起活动通过创新娱乐化的互动形式，精准契合用户闲时需求，成功传递了奥利奥 playful 的品牌属性，形成了良好口碑。

- 1、小爱同学闲时场景及资源曝光量达到 1 亿 3252 万。
- 2、为活动高效导流共计 153 万+。
- 3、社会化媒体 PGC 传播曝光共计 167w+。