

乐事巧波浪上市推广——脏脏薯の诱惑

广告主：乐事

所属行业：快消

执行时间：2019.11.14-12.26

参选类别：数字媒体整合类

营销背景

乐事 1932 年诞生于美国，很快乐事(Lay's) 成为美国第一的快餐食品品牌。在中国，乐事薯片市场占有率一直排名第一，零食界翘楚之名。乐事不断的缔造出美味传奇。

2019 年年末推出新品薯片—**乐事巧波浪**，与一般的薯片不同的是，这次产品的革新，在薯片上淋上巧克力，让薯片不仅仅有了薯片的咸咸脆脆的口感，融入了巧克力的丝滑及甜味，多层次的口感体验，更好的迎合了当代年轻人追求多重口感和猎奇心态。

营销目标

增加乐事产品在市场的份额，打破薯片只有咸口的单一性，加深品牌好感度建立品牌忠诚。

策略与创意

视频链接：<https://video.weibo.com/show?fid=1034:4446478790492168>

核心创意：**脏脏薯の诱惑**

洞察：吃过薯片或是巧克力，都会不自觉的嘬手指，吃了巧克力，也会不自觉的弄脏牙齿，嘴唇等地方，会下意识的去舔舔，不免会弄脏自己的脸或是手。 我们想要打造一种诱惑感。从产品本身的诱惑，到吃的诱惑，用诱惑的形式和人，打造乐事巧波浪- 脏脏薯。

脏脏包，脏脏茶都是人们心中所熟知的网红产品，现在来一个脏脏薯，它可盐可甜，让你欲罢不能。

脏脏薯的诱惑在于：我就点到这里，但却让你想入非非。



脏脏薯诗集节选

你看或不看
诱惑就在那里
不拒不迎
你舔或不舔
脏脏薯就在那里
越脏越撩心
三

DAY TOY

X玖少年团肖战DAYTOY

12月12日 10:35

可盐可甜，如此诱惑，无法抗拒！搜索 乐事巧波浪，get你的脏脏薯！@乐事官方微博 [乐事官方微博的微博视频](#)



☆ 收藏

412861

103558

925930

执行过程/媒体表现

Step 1: 营销大号，爆出#肖战脏了#

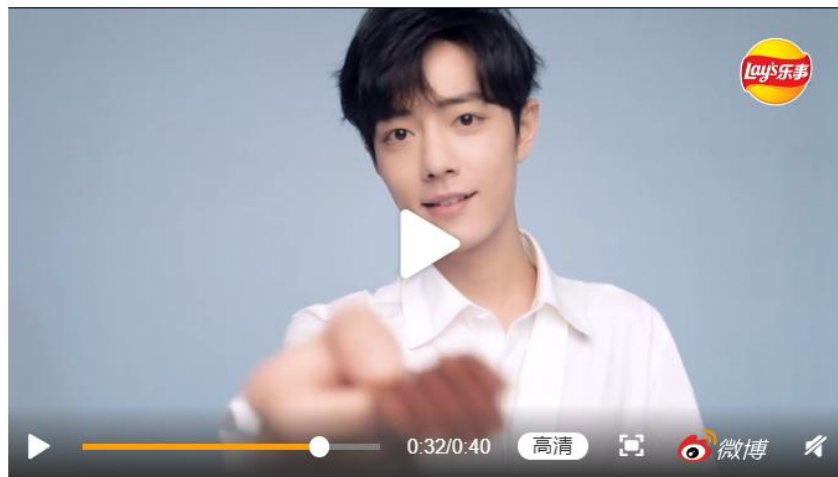
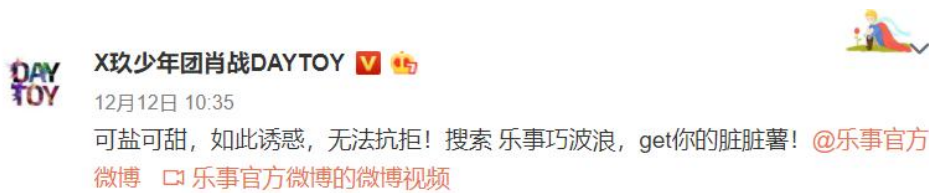
诱惑大片局部曝光。





Step2: 肖战脏了？肖战是怎么脏的？深扒肖战是如何弄脏的

明星肖战发布完整版诱惑视频，解密怎么脏了的。



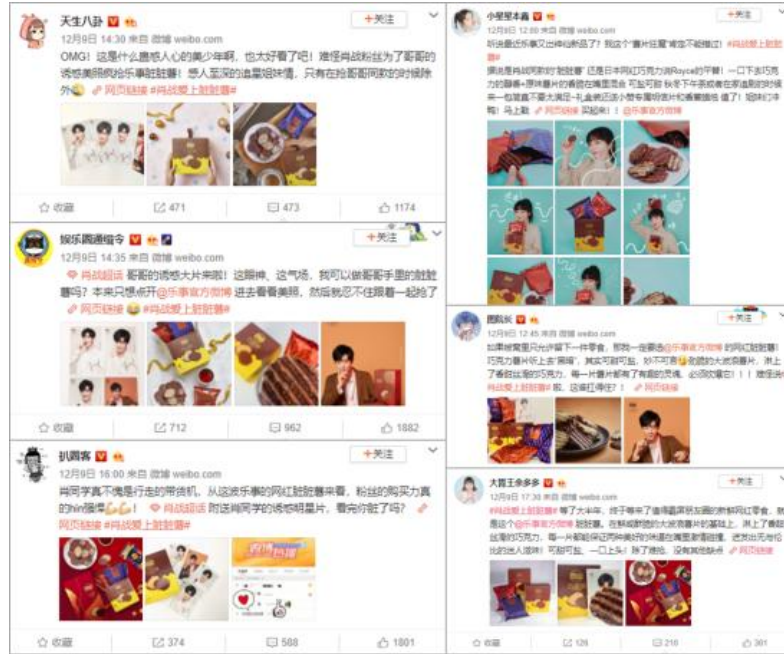
收藏 | 412861 | 103558 | 925930



视频链接：<https://video.weibo.com/show?fid=1034:4446478790492168>

Step 3：把“诱惑”带回家，解密更多的诱惑

盲盒的机制，把不一样脏了的肖战藏在礼盒中，social 话题至一键购买，无缝连接微博 KOL 线上助推。

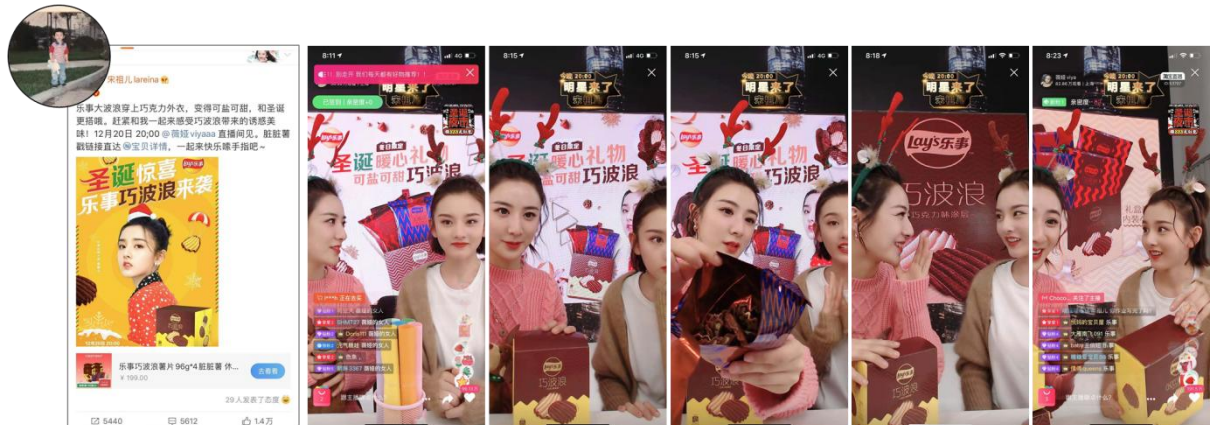


Step 4：多平台种草，延续粉丝扩散效应

巧妙利用粉丝 4.0 营销方式，从圈内扩散到圈外。



联手卖货女王薇娅，再创天猫销量。



营销效果与市场反馈

最终曝光量：5.3 亿 最终互动数：319 万 视频播放量：1,489 万

本次 campaign 上线后，获得乐事微博热搜话题史上最高曝光量。巧波浪礼盒销量创下百事产品在天猫超市最快售罄礼盒，并提前且超额完成原本预定销售指标。同时获得众多娱乐号、粉丝号自发传播助力，更有大批消费者自发晒单，分享巧波浪的诱惑体验，和对可盐可甜的薯片欲罢不能的感受。巧波浪上市后迅速获得了消费者的认知和认同，迅速生成新晋爆款零食。

热门话题#肖战爱上脏脏薯#爆发大量曝光，同时导流至天猫平台；

诱惑盲盒上线后，1.5 小时上海仓售罄。



Finally, what we get?





The fastest

10,000/pcs gift pack sold out within **24 hours**, **1.5 hours** out of stock in Shanghai



The highest traffic

24 hours Weibo topic traffic **420+ million** impression **250w+** engagement



The largest order

over **10,000+** fans order and posts, amazing purchasing power