

脆脆鲨×小米黑鲨手机，双鲨电竞跨界营销

广告主：雀巢脆脆鲨

所属行业：快消类

执行时间：2019.10.28-11.30

参选类别：跨界营销及 IP 应用

营销背景

随着电竞行业的火爆，吸引了越来越多年轻人的关注。10月27日，雀巢宣布与王者荣耀职业联赛（KPL）正式合作，并为此推出了一款全新的 mini 版雀巢脆脆鲨——“小闪充”系列，可以及时、方便地为游戏玩家随时补充能量。同时，正值双十一，脆脆鲨希望能与小米跨界联合，针对游戏人群，进行品牌及新品的推广。

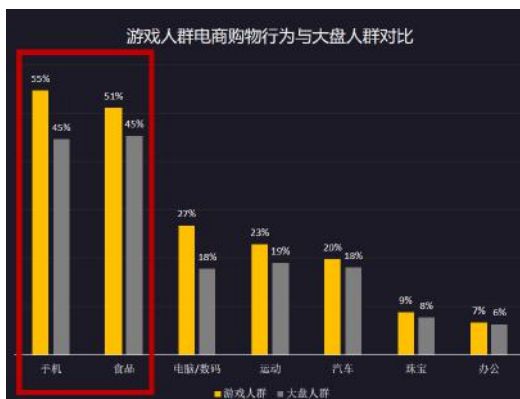
营销目标

- 1、找到打游戏人群及场景；
- 2、强化游戏场景和脆脆鲨关联；
- 3、发挥小米生态优势导流电商。

策略与创意

【营销洞察】

通过小米 DMP 平台对小米用户中游戏人群的分析，我们发现，在所有电商行为中，游戏用户对手机需求最旺盛，对食品需求第二。打游戏等待时间很长，过程很无聊。嘴闲，是无聊等待时刻最大的痛点。而 68.4% 的游戏用户喜欢在游戏等待时刻吃零食。



【数据来源：小米游戏用户调研-问题“loading 时间你通常在做什么”，题目为多选】

【营销策略】

将“小米黑鲨手机（专属游戏手机）”与“脆脆鲨”跨界联合，打造“双鲨王者”联盟，打通小米全生态-产品、渠道、市场层面，进行造物、造景、造势营销。

核心产品	“双鲨电竞欢趣盒”礼盒+脆脆鲨定制数据线等礼品
核心概念	锁定游戏人群，借助小米科技力，强化游戏场景与脆脆鲨的关联，与黑鲨跨界带动销量
BIG DAY	“黑鲨双鲨超级电竞节”联合活动页面上线，流量互导
媒介传播	优质APP信息流黄金资源位最大程度扩大曝光
Social话题	social平台传播#双鲨大玩咖# 互动话题，聊聊你的电竞小癖好 树立品牌主张
双品牌 公关传播	微信公众账号、门户网站助推事件声量

执行过程/媒体表现
【亮点 1：造物-跨界打造“双鲨电竞欢趣盒”】

小米黑鲨手机，作为电竞玩家必备硬件，斩获游戏手机品类销售额/销量双冠军。为了加强脆脆鲨与游戏的强关联性，脆脆鲨&黑鲨品牌联合，定制“双鲨电竞欢趣盒”礼盒，作为送给游戏人群的最佳礼物，吸引和激励游戏用户的关注和购买。



双鲨电竞欢趣盒：脆脆鲨零食+黑鲨手机



双鲨一拖三数据线

【亮点 2：造景：打通电商渠道，打造“超级电竞节”】

借势京东双十一，联合脆脆鲨、黑鲨手机的京东旗舰店，打造“双鲨王者”超级电竞节。设置主题活动，如手气大 PK，微博话题有奖互动等，以双鲨电竞欢趣盒、定制版数据线作为激励，刺激用户购买。通过流量互导，助力双十一销售。

“双鲨王者”超级电竞节

吃脆脆鲨 用黑鲨 手口不停 游戏必赢

黑鲨自营官方旗舰店 雀巢休闲零食自营旗舰店

全场最高优惠400元 低至满199减100元

活动一 手气大PK 活动时间：11月1日、11月11日

11.1日最大单即送
黑鲨游戏手机2 Pro一台 (共计1台)

11.11日最大单前两名
即送黑鲨游戏手机2 Pro一台 (共计2台)

雀巢休闲零食 自营旗舰店

黑鲨京东自营官方旗舰店

11.1日、11.11日
购买黑鲨手机
第1名、11名、111名、1111名...
以此类推用户
分别获赠脆脆鲨畅享大礼包一份

活动四 微博有奖话题互动

活动时间：2019年10月28日-2019年11月11日

红蓝buff太难拿，游戏缺血秒回城？参与讨论【开黑缺血时刻，你有什么独家回血秘籍？】带#双鲨大玩咖#话题，并@脆脆鲨 @黑鲨游戏手机，即可参与抽奖，“双鲨电竞欢趣盒”、“脆脆鲨限量版礼盒”双重豪礼等你来！敬请关注@脆脆鲨@黑鲨游戏手机官方微博

【亮点 3：造势：海量曝光，引流转化】

- 1、黑鲨手机开放系统级入口优质资源，精准覆盖游戏人群。
- 2、脆脆鲨&黑鲨游戏手机官方微博，联合互动，预热引爆双十一联合活动。
- 3、小米移动端信息流、视频前贴片，通过筛选游戏人群，进行精准投放，引爆品牌曝光并引流电商。





APP下载

90天内安装游戏APP, 如 王者荣耀、
绝地求生、和平精英、阴阳师、第五
人格、小米赛车、QQ飞车等



搜索行为

用户主动搜索过关键词, 如 KPL
联赛、农药、凯教程、阿珂教程
、英雄联盟, DOTA, 吃鸡、大吉
大利、跑毒、瓶子解说 等游戏专
业用语



浏览及收藏行为

90天内浏览游戏相关视频, 如
王者荣耀教程解说、英雄联盟
比赛, 云顶之弈, 吃鸡教程等

营销效果与市场反馈

- 1、广告曝光总量近 1.7 亿次, 点击总量近 513 万次, 点击人数近 406 万人, 人均点击次数 1.27 次, 超客户预期完成。
- 2、广告投放期间, 小米用户每日搜索“脆脆鲨”关键字的搜索量比平日提升 40%, 双十一活动期间, 搜索量比平日提升近 150%。