



小米营销
E.MI.COM



肯德基×小米—— WOW桶 “TECH锦鲤季”

- ◆ 广告主：肯德基
- ◆ 所属行业：快餐
- ◆ 执行时间：2019.08
- ◆ 参选类别：效果类

美国KFC·肯德基上校点餐机器人



印度KFC-可打游戏的炸鸡盒



肯德基，一家被炸鸡“耽误”的科技公司

肯德基一直在颠覆式创新，希望通过科技来重新打造中国的零售餐饮的体验。
自助点歌体验餐厅、刷脸点餐支付、全程无人自动化服务.....



杭州KFC·KPRO刷脸支付餐厅



北京KFC·音乐体验餐厅

2018年，KFC联手小米，打造会叫“鸡”的冰箱，用科技提升用户订餐体验。

会叫“鸡”的冰箱



为KFC提供创新获客媒介，
开启物联网营时代的订餐服务。

1.硬件级系统定制

云米冰箱硬件定制，肯德基订餐内容系统植入

2.KFC+小米双平台对接

后台智能识别用户地址，实现订餐新体验

3.三步操作，炸鸡即刻到家

语音唤醒；界面弹出；轻松下单



2019年，
KFC希望继续创新，
提升品牌科技属性。

从2015年8月，肯德基特别推出WOW桶，
消费者可随心搭配美食。

已连续推出九季，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。

当WOW桶迎来第十季，会如何玩出亮点呢？

WOW桶十季
就要宠你！

不断跨界，只为承包你所爱！



推广目标

通过肯德基与小米两大IP联合，打造WOW桶的创新玩法。



+



策略思考

如何打造一款科技主题的WOW桶，来引起米粉的好奇和关注呢？

小米——

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。

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。

营销创意

设计一款黑科技WOW桶，
让科技、有趣、互动成为本季的亮点



小米智能硬件



+



WOW桶

Big idea

以小米无人机、机器人与WOW桶桶身结合，充分满足米粉的好奇心！



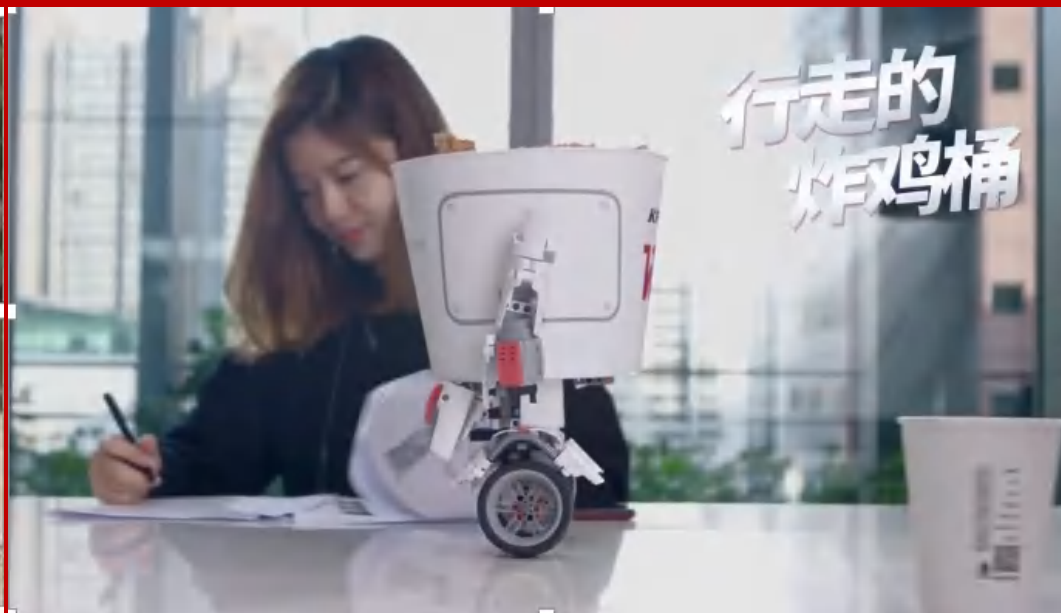
为订餐增加科技感和趣味性体验

朋友聚会时——



【一个能上天和拍照的炸鸡桶】

工作会议时——



【一个会送炸鸡的桶】

限量概念款 W O W 桶



批量款 W O W 桶



推广策略

WOW桶—TECH锦鲤季

结合wow桶推广节奏，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

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

[基于小米生态覆盖]

WOW级大事件

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

[依托米粉节]

WOW级锦鲤

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

[科技范的感恩回馈]

VOW级覆盖



小米OTT + 手机

覆盖小米生态优质
APP+OTT，
触达核心米粉及米粉
家庭



小米社区

发布3篇贴子加强与米
粉互动，
提升米粉参与感与品
牌好感度



小米自媒体

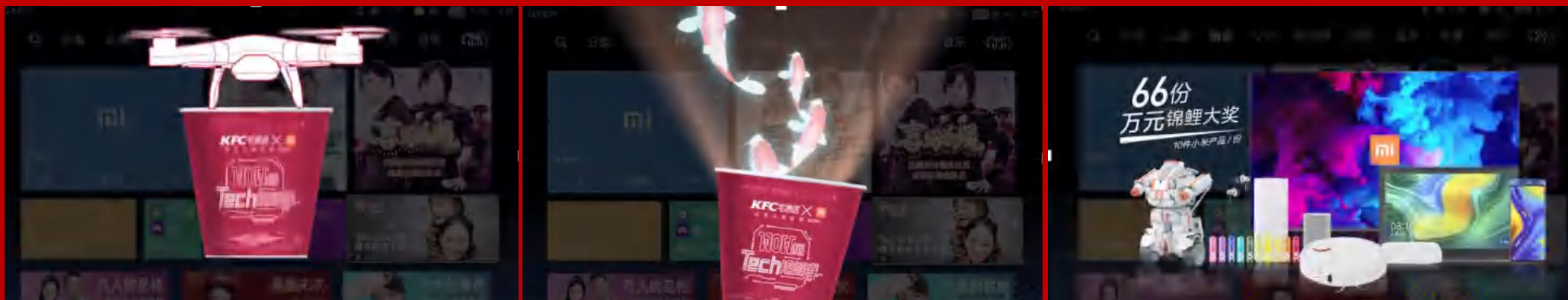
多家小米官方自媒体
背书，带动锦鲤
微博转发
小米营销微信公众
号发布内容总结，
深化合作理念

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



线上覆盖小米头部APP，有效触达核心米粉，提高活动Awareness



小说之王



多看阅读



小米浏览器



小米直播



小米视频



个性主题



小米音乐



小米生活

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，积极参与互动，期待中奖！



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



小爱同学
粉丝：88万



小米智能
生态营销
粉丝：2万



小米手环
粉丝：33万



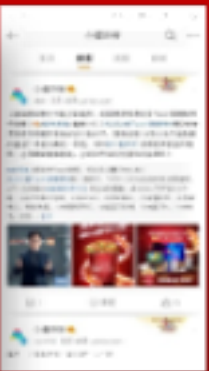
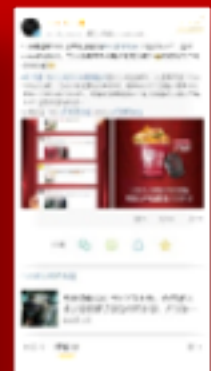
飞米科技FIM
粉丝：1万



小米无人机
粉丝：1.4万



小米智能
生态营销
微信公众号



米粉最爱“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



雷军
微博粉丝：2126万
微博互动数：6000+

VOW级大事件



是所有米粉最关注的节日。小米公司举办粉丝的盛大狂欢，进行对米粉的答谢活动。

借势米粉节，品牌植入互动H5，进一步传递产品信息,促进购买。



V O W 级 锦 鲤

整合小米科技产品，
打包成**豪华礼单**，强化wow的大锦鲤，
升华米粉的品牌感受



【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！

- 小米OTT：1.6亿曝光有效触达米粉家庭，**完成率160%**；
- 小米头部APP：开屏广告带来**1400万曝光量**，**完成率107%**；
- 米粉节中，H5主页面曝光：**852万**；参与领券人数**106万**；
- 小米社区：发帖阅读数共 **18万次**，参与评论 **2282条**；
- 小米自媒体：覆盖**1580万**米粉。

【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%！**



【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。

阿里拍卖

阿里拍卖

飞翔的合影桶



有 171318 人感兴趣

RMB 当前价 **16.8895万**

起拍价 ¥1

飞翔的合影桶
肯德基会员官方旗舰店

阿里拍卖

阿里拍卖

行走的炸鸡桶



有 213712 人感兴趣

RMB 当前价 **16.1014万**

起拍价 ¥1

行走的炸鸡桶
肯德基会员官方旗舰店

通过与肯德基品牌长期的合作， 小米不断为其赋能黑科技，未来的营销也将有无限的延展性和想象力。

1. 小米硬件黑科技的赋能，为肯德基的品牌和产品**打造新玩法**。
2. 以米粉喜爱的方式，高度匹配科技宅群体，**精准触达TA**。
3. 借势小米9周年米粉节，以小米全生态资源推广，让事件得到**大范围曝光**。



>>>未来.....