

麦当劳《别人家的公司》微综艺营销

- ◆ 广告主：麦当劳
- ◆ 所属行业：餐饮
- ◆ 执行时间：2019.05.20-06.28
- ◆ 参选类别：娱乐营销类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://v.youku.com/v_show/id_XNDM3NDAYMTU0OA==.html?spm=a2hzp.8253869.0.0

或者
扫一扫看视频





背景：

麦当劳推出22元超值三件套，面向**职场青年人群**，真材实料、多重选择、优惠超值，强调**超值不玩套路**。

目标：

打通**工作餐**场景，在年轻上班族心中建立**消费认知**。

挑战：

行业竞品众多，**抢占年轻**

职场人群消费心智是关键。

但目前市面上可见的“职场”内容偏向传统严肃的求职话题或针对娱乐行业单一场景。

要同时符合年轻人群兴趣，又能凸显麦当劳超值三件套“职场”场景的**内容稀缺**。



90、95后职场青年进入公众视线
他们的触媒习惯和职场理念都是颠覆性的

短



新

移动时代

人的注意力持续缩短

精细化短的内容

是抓住年轻群体的新沃土

互联网行业的兴起

给到年轻人更大的发挥空间

“老”的传统和“新”的活力

碰撞出**全新职场理念**

今日头条 + 西瓜视频 + Papitube，联合推出**首档职场微综艺** 帮助麦当劳超值三件套切入年轻人的职场对话空间

微综艺

创新内容形式

填补了职场综艺市场空白区域

短内容强黏着

满足职场青年的碎片化时间阅读需求

强互动传播

边看边玩，具有更强的时效性和互动性



新职场

圈定年轻群体

90后、95后等的新职场人群

企业“真人”秀

以“入职”为前提的职场洞察视角

深扒新兴行业

从年轻人群的兴趣点出发开扒真相

Papi酱领衔5位流量达人，深入五个话题行业的标志性公司，为90、95后职场青年答疑解惑。
麦当劳超值三件套化身“**职场能量赋予官**”，“脑力体力”全方位赋能年轻上班族。

Papi酱

微博粉丝3072W；字节系粉丝3126W
90、95后粉丝超过70%

锅盖wer

微博粉丝47W；字节系粉丝401W

张二狗哟巴扎嘿

微博粉丝36W；字节系粉丝202W

高海宝

开心麻花演员；微博粉丝2W

Bigger研究所

微博粉丝356W；字节系粉丝608W

张猫要练嘴皮子

微博粉丝402W；字节系粉丝29W



定位职场

麦当劳三件套自然场景沉浸

年轻观众群

90后职场活跃，95后开始工作

流量天团

Papi酱携人气KOL新解职场

别人家的公司

5大话题行业的“被羡慕”公司

开心麻花

娱乐演艺

以喜剧圈粉年轻群体的
舞台剧公司



电子竞技

备受年轻人喜爱的
电竞战队



移动互联网

90后聚集和热议的
移动互联网公司



短视频

最具影响力的
短视频MCN公司



时尚

年轻人向往的
国内顶尖时尚媒体

项目亮点：

01

**微综
新热点**

首档职场微综艺
形式标新立意，内容创新突围
品牌捆绑职场微综热

02

**冠名
不套路**

真材实料不套路
麦当劳超值三件套价值根植IP
品牌角色不止冠名商

03

**IP营销
互动化**

字节系核心资源调动
利用短内容超强传播力赋能
开创互动化的IP营销体验

04

**立体式
宣发**

线下线下立体式宣发
影响力更深远
麦当劳超值三件套深入人心

01

深维度的内容捆绑

节目10分钟内麦当劳三件套融入职场食用场景密集曝光，强印象关联

不套路 小课堂



不套路价值共鸣

金句藏卖点

节目固定版块
价值理念融入

品牌花字有态度

主题口号定制

创意内容植入



抽屉版块植入
办公室场景黏连

花式品牌露出

持续品牌露出



02

高精度的人群触达

借智能分发的字节核心产品力，实现年轻人群全方位包围



全产品数据打通
跨端观看、互动人群沉淀
智能投放+二次覆盖

精准定向，紧抓核心用户群

基本用户属性 职场兴趣标签
用户阅读行为 用户广告行为

精品IP塑造口碑 达人团炒热
热榜话题聚势 互动激发扩散

平台内容自加热，引爆圈层



职场圈层人帮人

03

互动化的微综营销

发挥微综艺传播性、互动性强的特点，拉近品牌与用户的距离

互动化的品牌角色：麦当劳超值三件套从赞助商到“职场能量赋予官”

真材实料 | 多重选择 | 超值优惠



高消耗职场中的极佳治愈品



职场能量赋予官

脑力：解惑职场套路的导师

体力：能量满满的工作餐



不止在节目扮演帮助职场纠结青年解决困惑、打破套路、补充能量的**导师角色**；
在传播中也站到台前，为年轻人提供“真材实料不套路”的**建议和能量**。



互动化的微综营销

发挥微综艺传播性、互动性强的特点，拉近品牌与用户的距离

互动化的IP炒热：头条、抖音、微博三大阵地发起互动话题活动



微头条节目话题+品牌话题联动
建立头条上“边看边玩”的体验链路



5000万 综合话题阅读量
节目官方话题登上微头条热榜



抖音原生互动挑战#这个锅我不背#
借势明星影响力，成功打开节目的传播度



1.5亿 活动视频播放量, 10万+ 贴纸使用人数
20+ 明星引领粉丝参与, 明星视频登陆最热视频



微博话题+
达人矩阵



1.1亿 话题阅读量
1.2万大号助力节目宣发

03

互动化的微综营销

发挥微综艺传播性、互动性强的特点，拉近品牌与用户的距离

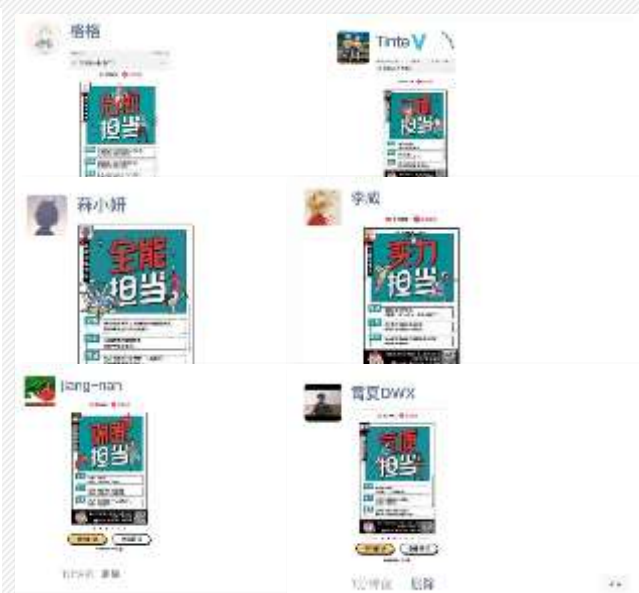
互动化的IP炒热：#测试你的职场担当# 互动H5刷屏朋友圈

130万⁺ 79万⁺

总页面浏览量

生成结果数

被topmarketing微信号自发推荐
100+ 媒体、营销群传播
覆盖粉丝500万+



04

立体化的宣发联动

麦当劳绑定IP热度，线上线下全场景覆盖，传播影响力更深远绵长

线上：打造平台重量级微综艺项目



线下：场景锁定职场青年，热点引爆

域内矩阵联合



域外职场年轻圈层覆盖

- 多平台流量联合造势
- 以节目及平台官方账号为核心跨平台长期运维

- Papitube旗下KOL及五大公司助力宣发
- 职场类、资讯类、年轻化的BD平台联合
- 建立“双微+KOL”话题/口碑矩阵



通勤场景

覆盖7大北京通勤高峰地铁路线

换机场景

年轻人群电子设备换新/维修需求高
合作爱回收北京、上海门店

休闲场景

在北京青年潮玩地标“三里屯”开设快闪店
帮助年轻上班族能量快充

04

立体化的宣发联动

麦当劳绑定IP热度，线上线下全场景覆盖，传播影响力更深远绵长

字节系调动：借IP收割四大核心APP黄金流量，节目内容持续运维发酵

四端开屏联合大曝光



头条西瓜双端强势资源



节目官方账号内容运维



04

立体化的宣发联动

麦当劳绑定IP热度，线上线下全场景覆盖，传播影响力更深远绵长

域外传播矩阵：流量宣发、圈层影响、口碑扩散综合发力的IP营销



10+ 媒体平台联合曝光

招聘、娱乐、资讯类APP联合开屏大曝光



深度内容合作，年轻职场圈层覆盖



30+ 主流媒体联合报道



04

立体化的宣发联动

麦当劳绑定IP热度，线上线下全场景覆盖，传播影响力更深远绵长

线下场景覆盖：多场景渗透职场年轻人群的工作、生活方方面面

北京上下班高峰客流地铁线锁定年轻上班族

通勤场景



2亿+ 累积覆盖客流量

线下路径触达迭代电子设备的年轻人群

换机场景



100+ 北京、上海爱回收门店覆盖

麦当劳能量补给站闪现青年潮流打卡圣地

休闲场景



8万+ 当天覆盖人流量



职场微综热席卷全网

借势《别人家的公司》IP热度，麦当劳超值三件套圈粉职场青年

强覆盖年轻职场群体

40亿⁺

节目整体曝光



智能分发
锁定人群



18-35岁
头条泛职场
年轻用户



≈ 1.5次/天

每人在节目上线期间必见

微综艺节目得到用户认可



3400万⁺

节目累积播放量

集均播放量超出头条同期上线的明星Vlog

掀起全网职场微综热

2亿⁺



域外平台联合开屏曝光

职场青年圈层，兴趣热度发酵

其中知乎两个节目话题在发布3小时内登上热榜
总热度超过460万，知

B站OMG单期文章登上专栏热门文章



麦当劳超值三件套打入年轻职场圈

借势《别人家的公司》IP热度，麦当劳超值三件套圈粉职场青年

#麦当劳超值三件套#
常规广告效果得到额外增幅



#麦当劳#
品牌热度增幅



45.074.056

总曝光量

1.61%

平均点击率达

曝光效果超出预期

13%

用户兴趣转化主动搜索意愿

14%

品牌关键词在头条搜索热度提升