

# KFC雨神宅急送

- ◆ 广告主：肯德基-宅急送
- ◆ 所属行业：餐饮/外卖
- ◆ 执行时间：2019.05.17-08.16
- ◆ 参选类别：场景营销类

## 项目背景

末梢物流行业对天气有着极高的敏感度，  
天气影响其订单量和运营效率

末梢物流相比其他行业，对天气有着非常高的敏感度，天气往往决定着订单量和运营效率，恶劣天气，对于餐饮物流成为一种考验。



## 项目背景

肯德基宅急送受恶劣天气制约



**需求大**——恶劣天气，外出就餐人数减少，用户外卖需求激增

**送餐难**——恶劣天气，影响肯德基宅急送外卖服务，制约配送调度和备餐效率



## 传播目标

聚焦雨天场景，实现双品牌的强势互动，优化用户订餐体验，强化雨天与肯德基宅急送的品牌联想。



## 我们面临的挑战

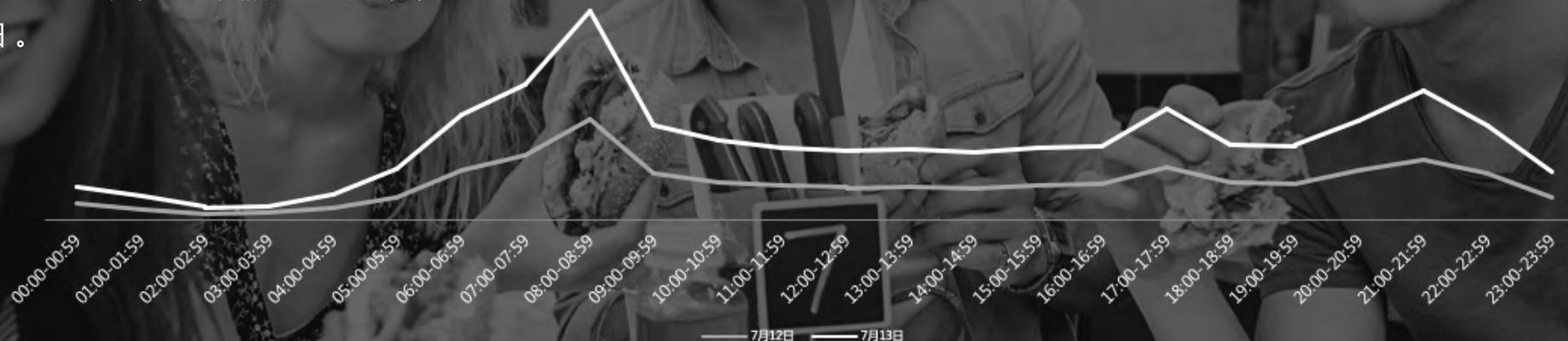
- 1、解锁用户需求，搭建雨天消费场景，实现肯德基宅急送与雨天的强关联。
- 2、面对雨天送餐难问题，确保肯德基宅急送区隔其他品牌，做到“30分钟送达”。



## 用户行为习惯洞察

- 雨天，用户查询天气的频次更高；
- 特定场景下，更易促进用户消费，培养用户的行为习惯。

右图为2018年7月12日和7月13日，墨迹天气APP用户DAU走势图。  
7月13日当日天气为雷阵雨、12日为多云。受阴雨天气影响，13日的用户活跃度整体高于12日。



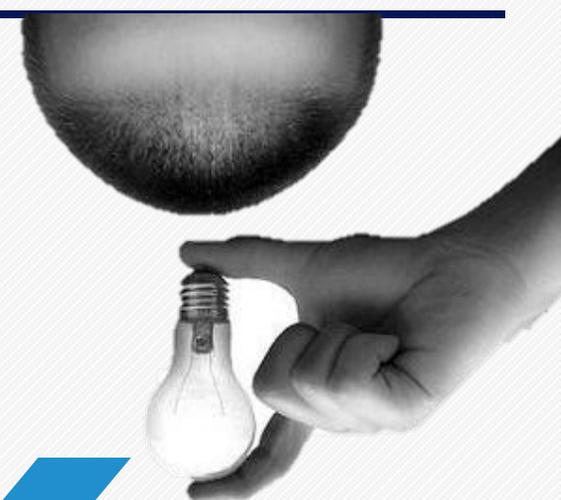
传播策略

深化雨天场景，培养用户订餐习惯

让“天气影响”转化为“天气让利”

增强传播活动的趣味性与话题性

吸引用户参与，提升用户体验



传播主题

雨神降临，雨天会有好事发生

# 肯德基雨神宅急送

雨天彩蛋菜单，限时特惠，仅在雨天



## 活动规划

阶段	定向雨天	非雨天
技术	墨迹天气和肯德基宅急送双端数据打通，打破APP端平台壁垒，实现双端用户实时共享	
活动内容	雨天·限时入口	非雨天·长期入口
	上线雨天彩蛋菜单-雨天场景专属优惠	活动预告+日常优惠-消费习惯培养
传播媒介	开屏+穿衣助手+天气背景+首页天气icon+24小时文字链	15天天气预报冠名+天气背景+穿衣助手
	联合开屏+PR传播+微博造势	

## 活动亮点-非雨天预告

# 非雨天 预告活动雨神降临

墨迹短时预报功能，降雨前活动预告上线

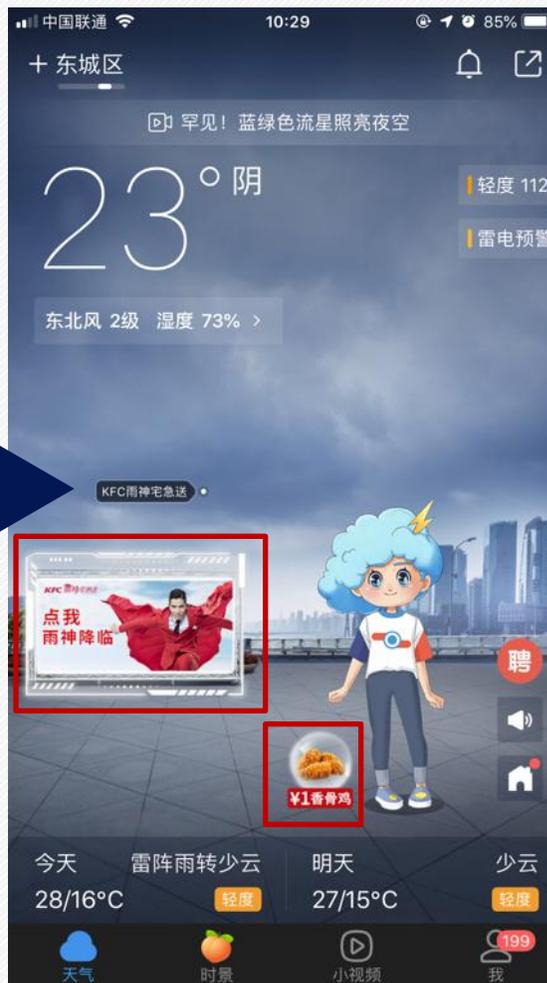
利用墨迹天气的短时预报功能，定向当日降雨城市，在降雨前上线预告活动，提前告知用户，雨天彩蛋菜单活动。

活动入口

活动页

预告雨天活动

等待参与



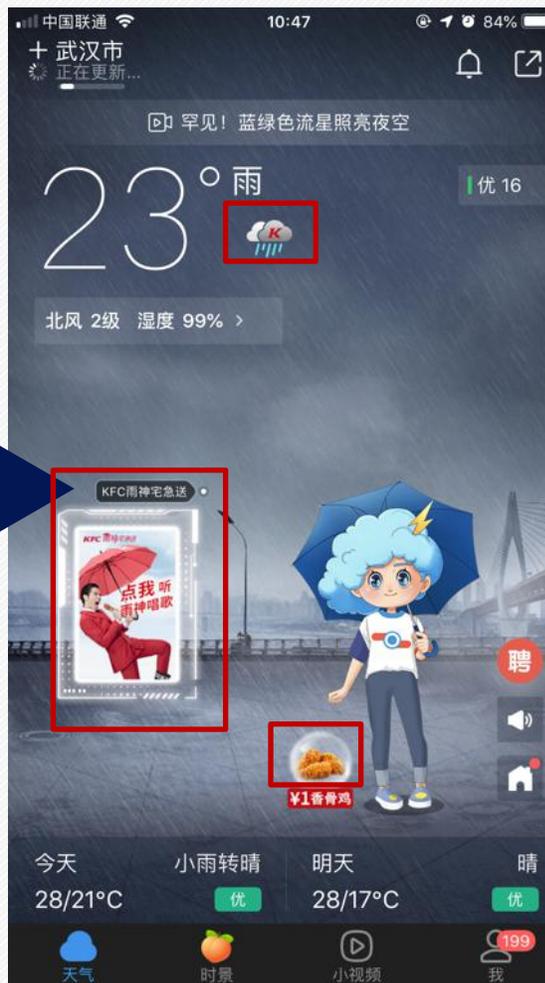
## 活动亮点-惊喜雨上线

### 定向雨天 雨神送来惊喜雨

LBS定位雨天城市 同步上线雨天彩蛋菜单

活动通过墨迹天气LBS技术精准定位雨天城市，墨迹天气和肯德基宅急送双端数据打通，雨天同步上线“彩蛋菜单”。

活动入口 — 活动页 — 领取优惠 — 跳转订餐



## 活动亮点-日常维护

## 非雨天 消费习惯培养

开通长期入口，宣传活动信息，日常优惠维系

日常天气，选择15天预告位置作为活动长期入口，利用用户日常查看天气的行为习惯，直接的优惠信息，抢占用户关注点，引导用户关注活动。

活动入口 — 活动页 — 预告+优惠 — 跳转订餐



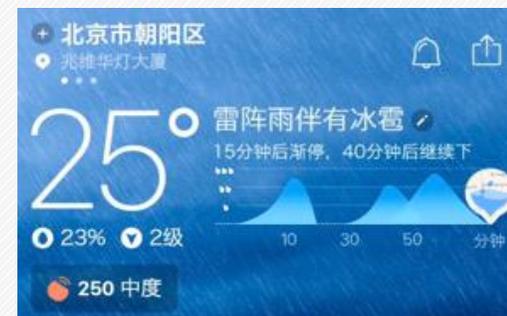
技术支持 提升用户体验

## 提升用户雨天订餐体验，确保30分钟送达

依托天气大数据和短时预报技术，为肯德基宅急送提供雨天备餐数据建议，为消费者雨天订餐30分钟送达提供天气数据预警和技术支持，最大程度保证配送的时效性，提升用户的订餐体验

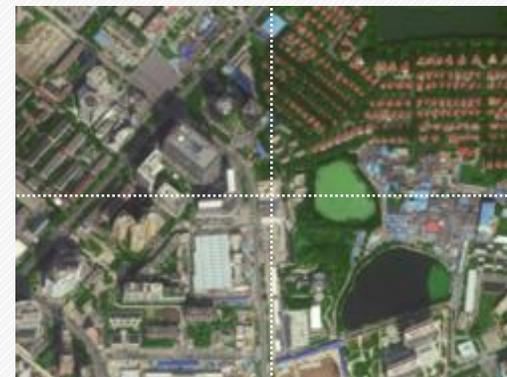
分钟级  
短时天气预测

15分-2小时天气预测，应对特殊天气引发用户行为变化



公里级  
小范围天气播报

更精准的配合区域用户因天气变化产生的服务需求





## 技术支持 匹配精准传播

全球气象数据采集，利用LBS技术+气象雷达捕捉+机器学习算法，精准计算全国不同位置即将降雨的城市，定向雨天城市，投放活动广告。



墨迹天气

如何让人们生活的环境变得更好？



墨迹天气

如何让人们生活的环境变得更好？

## 高效覆盖-动态开屏

大尺寸曝光

代言人吸睛

大流量优势

墨迹天气第一关注入口，LBS精准定位雨天城市，上线开机全屏，利用活动代言人“雨神”吸睛，直接体现活动核心内容，唤醒用户需求，点击跳转进入活动页面。



## 独家定制-天气icon

创意植入

深度结合

同步上线

墨迹天气为本次“雨神宅急送”活动，开发天气icon活动入口，将肯德基logo视觉与雨天icon进行创意结合，精准体现“雨天送”的活动主旨，深度结合雨天场景，同步上线。点击可跳转至活动页。



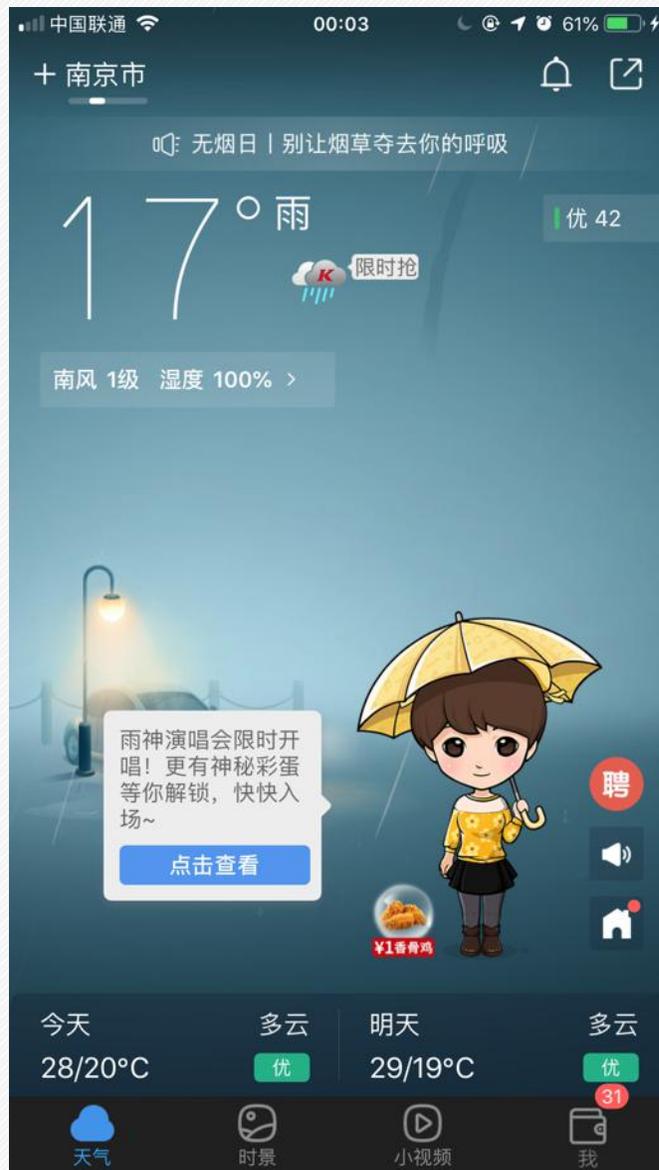
## 场景打造-天气背景

视觉核心

沉浸体验

场景还原

还原天气场景，深化消费场景氛围，利用广告牌，聚焦雨神降临，突出核心内容，吸引用户关注，强化记忆，点击可跳转至活动页。



## 墨迹原生IP定制-小墨娜

专属视觉

多维体验

趣味沟通

墨迹原生IP墨娜的服装、道具、文字卡片等多元化品牌形象植入，趣味化博眼球，点击植入可跳转至活动页面。

## 联合扩散 引爆网络

软性包装

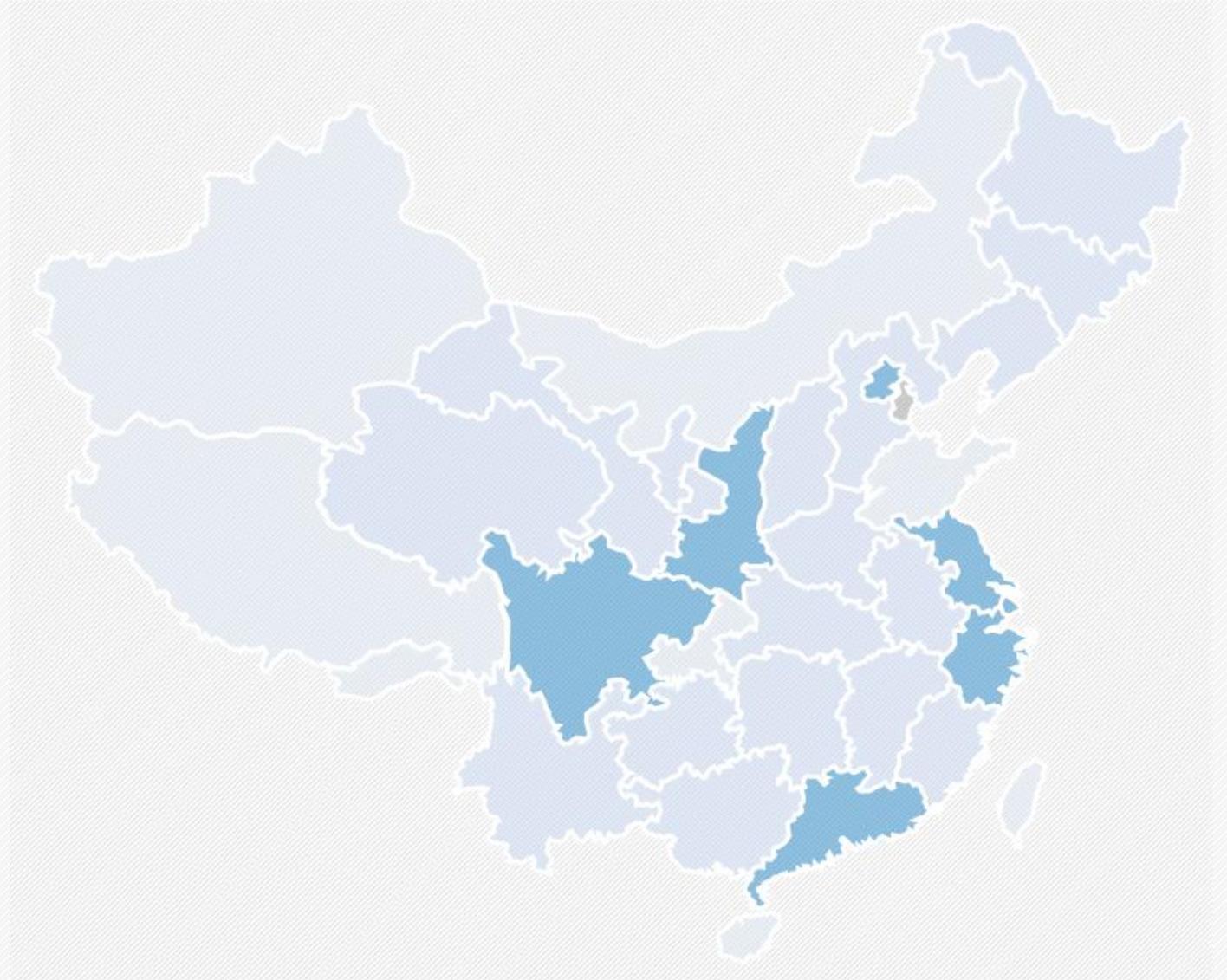
多平台覆盖

口碑效应

- 借助墨迹天气官方百万粉丝级微博，打造“雨神降临，雨天彩蛋菜单”话题，引发忠实粉丝关注；
- 同步多平台联合开屏扩散，为活动造势引流；
- 联合多家权威媒体发声传播，扩大活动影响力。



肯德基为墨迹天气用户独家定制**150万张**优惠券作为“雨天一元彩蛋”，活动覆盖北上广深等全国**1100多个**城市、超过**4000家**肯德基宅急送餐厅。同步肯德基定制**70万份**DM单在全国门店发放，借助其代言人雨神萧敬腾的明星影响力为墨迹天气拉新助力。此外，墨迹天气APP、微博、肯德基双微、APP等Digital平台全力配合项目推广，共实现总曝光**157亿次**。



资源项	总曝光	平均每天曝光
天气icon	1,195,231,029	13,280,345
15天预报冠名	13,365,736,965	148,508,189
开机全屏	107,558,392	17,926,399
穿衣助手	721,772,675	360,886,338
天气背景	67,606,564	67,606,564
24小时文字链	248,406,466	124,203,233

- 本次投放，15天预报冠名和天气icon所带来的总曝光最高，由于每个位置投放天数不同，根据每日投放平均数，**穿衣助手和15天预报冠名的曝光量更高。**