

肯德基天猫超级品牌日的刷脸打折新体验

广告主：肯德基

所属行业：食品餐饮

执行时间：2018.08.01-07.31

参选类别：智能营销类

营销背景

肯德基是世界知名的餐饮连锁品牌，进入中国 30 余年，不断寻求品牌年轻化的新突破。随着移动数字化浪潮来袭。同时间天猫推出了人脸识别支付技术。肯德基想要创造一种新的零售形式，借由新产品“超级塔可”的上市进行推广新零售理念以及人脸识别技术。

营销目标

传播肯德基的全新零售理念以及天猫的人脸识别技术的可靠性，同时推广新品“超级塔可”。

策略与创意

“刷脸享优惠”的核心概念，是基于中国用户常识和生活中，凭借刷脸就能够获得折扣的开心及喜悦感。这样的快感不同于抢红包，更多的是自身的疯狂面部表情带来乐趣。

执行过程/媒体表现

我们通过科技手段，将“靠脸吃饭”从一句玩笑变成现实。在肯德基天猫超级品牌日，联合阿里巴巴的人脸识别技术，扫描脸上 108 个节点，将优惠券与扫描用户面部表情结合。用户可以通过天猫 APP 和线下门店装置扫描面部，表情越疯狂，获得的折扣力度越大。

一口就疯狂
TACO FACE

天猫超级品牌日
8月7日 属于肯德基的11.11

曝光总量
8,604,930
微博互动量
804,930

一口就疯狂
CHICKEN TACO

创意想法：
让营销从单向的单向传播变成更有意思的互动，用创意为数字营销活动增加新的可能。我们用科技手段将“靠脸吃饭”从一句玩笑变成现实。人们可通过在天猫APP和线下门店装置中扫描面部，并根据不同表情获得不同的商品折扣，表情越疯狂，获得的折扣越大。

结果：
活动期间，我们创造了**8,604,930**的总曝光量和**804,930**的微博互动量。肯德基在天猫品牌日的销量相比去年增长了**76%**，同时他们的成交额也创造了肯德基在天猫超级品牌日的GMV历年新高。这是我们帮助肯德基在中国最大电商销售平台上实现的生意上的突破。



(视频: <https://v.qq.com/x/page/w0825nanixs.html>)

在新浪微博平台上, 前期预热和曝光共计 8 天, 一共收获了 80 万+的微博转评赞; 在微信平台上, 肯德基天猫超级品牌日当天推文, 集合所有活动信息, 阅读量短时间内突破 10 万+阅读量; 在直播平台一直播上, KOL 直播参加活动及体验新品美食, 直播及回看高达 770 万+次。

营销效果与市场反馈

活动期间, 共创造了 8,604,930 的总曝光量和 804,930 的微博互动量。

肯德基在天猫超品日的销量相比去年增长了 76%, 同时成交额也创造了肯德基在天猫超品日的 GMV 历年新高。我们帮助肯德基在中国最大电商销售平台上实现生意上的突破。