

可口可乐春节扫福娃

广告主：可口可乐

所属行业：饮料行业

执行时间：2018.01.08-02.28

参选类别：移动营销-互动类

营销背景

尽管春运一年比一年猛烈，鞭炮和礼花一年比一年热闹，年夜饭一年比一年丰盛，但是很多人却感觉年味儿越来越淡了。为了唤醒消费者对传统年俗的重视，让大家重新感受到浓浓的过年气息，可口可乐在春节前夕推出扫福娃赢惊喜的 AR 活动，号召消费者与家人朋友分享快乐，传递温暖。

营销目标

借助新颖的 AR 黑科技，吸引受众参与春节互动，唤醒年味。提升大众对品牌的好感度，增加消费者的购买欲望，助力品牌占领春节营销高地。

策略与创意

为了让消费者参与品牌活动，了解可口可乐福娃故事，可口可乐与蚂蚁特工合作推出扫福娃活动。通过创新的 Slam AR 技术，把福娃从虚拟世界带到消费者眼前。消费者只要打开支付宝，AR 扫描可口可乐新年包装瓶身上的阿福阿娇，对福娃进行识别，即可观看福娃动画，动画中阿福阿娇就会伴随着音乐出现，消费者还可获得支付宝红包、优酷 vip 等福利，趣味性极强。

执行过程/媒体表现

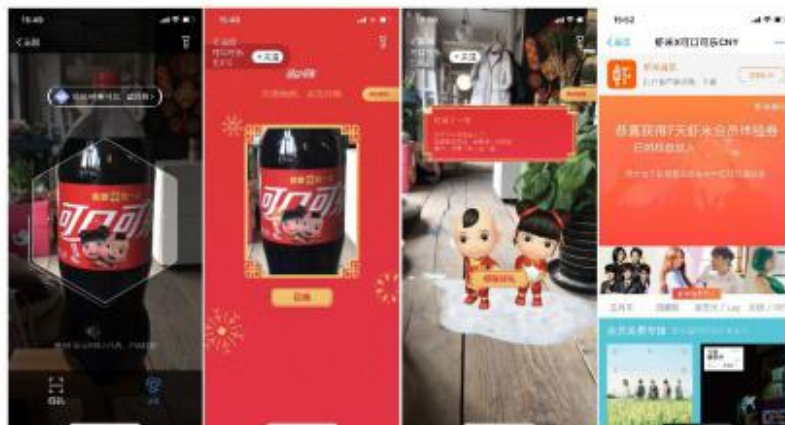
1、可口可乐借助代言人鹿晗的强大影响力，先声夺人。为了平衡流量明星与福娃的占比关系，巧妙运用鹿晗的声音，以鹿晗讲故事的形式道出可口可乐福娃，打造鹿晗暖心视频，带给粉丝温暖问候的同时，引发更多人对福娃及品牌的关注。



2、扫福娃赢惊喜活动正式上线，通过 AR 趣味玩法，吸引粉丝参与活动。



识别图



3、线上，品牌官方微博发起#就要年在一起#话题，随后邀请 kol 带动网友 po 出照片上传至微博，并以声量级的#这么扫才 fu 气#话题再次助攻。





可口可乐 V

滴、滴、滴……一大波福娃即将来袭，“花式扫福娃”模式开启！小可温馨提示：扫福娃的同时别忘了发微博加话题#就要年在一起#晒出你们的扫福娃姿势~不仅会被小可翻牌子，还将得到神秘奖品哦！



1月15日 11:00 来自 微博 weibo.com



当时我就震惊了 V

我就随手扫了扫可口可乐，居然拿了这么大的红包？再多扫几个简直可以发家致富啊！@可口可乐 推出红包新玩法，新年期间，只要打开支付宝扫一扫，AR扫描可乐瓶上的福娃，天天拿大包不是梦！红包#这么扫才fu气#，你也来试试手气吧！新年#就要年在一起#



1月12日 12:30 来自 微博weibo.com

收藏

转发 537

评论 1163

👍 1779



IT互联网那点事

哈？拿起一瓶可口可乐，就能感受最新AR黑科技？没毛病！春节期间，@可口可乐 运用全新SLAM AR技术，打开支付宝AR扫一扫，逼真的福娃就能呈现眼前。还有各种扫福姿势齐上阵，可乐#这么扫才fu气#！还不快试试？2018#就要年在一起#



2018年01月13日 17:05 来自 微博.weibo.com

收藏

转发 201

评论 218

230



一只鸡腿子

别以为网红很轻松，背后拼体力还得拼智力没人知道我的苦！@可口可乐 出了个花式扫福娃挑战，集齐了所有网红姿势，同时还必须扫出可乐福娃，这又是什么操作？？怪不得都说#这么扫才fu气#，必须买一瓶可乐试试了！打开支付宝，AR扫一扫可乐瓶身福娃有惊喜！2018#就要年在一起



1月14日16:00 来自 微博weibo.com



李文猫

+关注

1月15日 19:30 来自 微博weibo.com

还记得以前的各种网红挑战吗？今天试试@可口可乐的花式扫福娃，一口气挑战了N种网红姿势，能不能好好做网红了？反手扫可乐福娃、可乐腰、锁骨夹可乐……听说#这么扫才fu气#呢！快来和可口可乐解锁更多姿势吧~打开支付宝，AR扫一扫可乐瓶身福娃有惊喜！2018#就要年在一起#

收起 查看大图 向左旋转 向右旋转



张不美其实很美

今天和@李文猫 一起来试试@可口可乐的花式扫福娃，听说#这么扫才fu气#呢！快来和可口可乐解锁更多姿势吧~打开支付宝，AR扫一扫可乐瓶身福娃有惊喜！2018#就要年在一起#



2018年01月15日 20:05 来自 iPhone客户端

收藏

转发 100

评论 116

点赞 207



IT观察猿

说到最新AR黑科技，我只服可口可乐！一瓶普普通通的可乐，遇到SLAM AR技术，一秒变身黑科技，可乐#这么扫才帅气#！打开支付宝AR扫一扫，瓶上的福娃也能走进生活，简直毫无违和感，次元壁不存在的！2018#就要年在一起#，更多福利等你来体验~



2018年01月12日 15:53 来自 微博.weibo.com

收藏

转发 263

评论 282

👍 229

4、自媒体病毒式传播，引发裂变营销效果。



5、可口可乐还在淘宝玩起了关键词，在淘宝搜索关键词“就要年在一起”或“可口可乐阿福阿娇”，福娃便会出现，引导用户扫可口可乐瓶身福娃赢福利，深入贴近消费者习惯，直击消费者心理，从而引爆 social 平台传播，达到最有效的传播价值。



6、扫福娃，赢惊喜活动，强势霸屏9亿流量的支付宝AR广告位，掀起全民扫福娃热潮。



营销效果与市场反馈

扫福娃赢惊喜活动仅上线两周，即有 6,600,000 份红包被领取，整个营销活动以福娃为创意核心，覆盖电视、线下门店、户外、院线，以及数字平台多个渠道，将新年的魔力传递到千家万户。

一系列环环相扣的春节营销动作，巧妙地让可口可乐从众多品牌春节营销大战中脱颖而出，拉近了与消费者的距离，让大家回味传统年味的同时，也把新年祝福传递给了每一个人。

线上#就要年在一起#微博话题阅读量高达 1.7 亿，AR 互动激发品牌声浪，扫福娃赢惊喜 AR 互动，日峰值参与人数突破 1400w+，总用户参与量高达 1 亿+。对于传播圈来说，无疑是一次教科书式的案例。