

康师傅奶茶×火箭少女 101：全链捕捉粉丝注意，搭乘火箭销量飞起

广告主：康师傅奶茶

所属行业：快消-食品饮料

执行时间：2018.07.29-12.22

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

康师傅奶茶近年来一直积极寻找全新定位与营销突破点，在消费者心目中营造新的品牌形象，2018年，康师傅奶茶新装上市，焕发新的生机。

2018年，火箭少女 101 成为全网最炙手可热的女团，成员们为梦想努力的精神、甜美的外形和极高的热度，高度契合康师傅奶茶全新的品牌定位，香醇营养 pick me up，康师傅奶茶用温暖陪伴每一个为梦想努力的你。

营销目标

2018年康师傅与《创造 101》的成功合作，使品牌看到了 101 及女团本身的 IP 价值，以及与 TA 极为相合的受众人群。康师傅奶茶在女团成军之初就锁定了合作意向，利用火箭少女 101 在年轻人群中的影响力，精耕粉丝经济，为康师傅奶茶锁定独特营销打法。

策略与创意

签约火箭少女 101 中的杨超越、段奥娟、傅菁为品牌代言人，以三位小姐姐为中心，紧密捆绑火箭少女 101 成团后半年内的主要团体活动及节目，在整个营销活动中，陪伴偶像成长，深入粉丝群体，洞察和顺应粉丝应援节奏和情绪，最大限度提升粉丝好感和互动参与，为康师傅奶茶建立极高口碑效果。

康师傅奶茶×火箭少女 101 TVC 播放地址：<https://v.qq.com/x/page/l0737r9x194.html>

执行过程/媒体表现

1、官宣：情绪引爆

小姐姐 KV+TVC 齐登场，搭配朋友圈粉丝人群定向传播，引爆粉丝等待多时的狂欢情绪。



2、上瓶：紧密捆绑

小姐姐形象登陆康师傅奶茶新包装瓶身，全国渠道铺货，让粉丝在商超遇见偶像，激发粉丝自豪荣誉感，更有奶茶限量礼盒玩转饥饿营销。



3、见面：刷足存在

冠名火箭少女 101 飞行见面会，成为小姐姐和粉丝的连接大使，台上为粉丝送上荣誉，台下替三位

小姐姐向粉丝派发奶茶暖饮，真正和粉丝玩在一起，拉近品牌与目标消费者的距离。



4、暖心：深入沟通

合作轻团综《火箭少女 101 研究所》，进驻小姐姐排练日常，通过少女偶像日常的演绎，练舞间隙来一瓶康师傅奶茶热饮，香醇营养提供能量，有效传达“抵抗小饥小饿”的品牌饮用时机。



5、惊喜：限定包装

上线小姐姐换装 H5，由粉丝互动投票产生康师傅奶茶 CNY 限定海报，粉丝通过换装小游戏为小姐姐选定 KV 拍摄服装，小姐姐的好看由粉丝决定。



营销效果与市场反馈

2018年Q4截止12月20日,康师傅奶茶**电商销量环比“火箭式”提升738%**,线上下整体销量**同比提升26.5%**

康师傅奶茶×火箭少女101 官宣微博转发数 **15w+**, #香醇营养 pick me up#话题阅读数 **8531w+**

小姐姐换装H5 **平均点击时长2分26秒**,总投票数 **65w+**, **互动率高达79%**