

KFC “同声童阅” 全民阅读公益活动

广告主：百胜餐饮（广东）有限公司

所属行业：餐饮

执行时间：2018.06.06-08.31

参选类别：公益营销类

营销背景

“推动全民阅读”一直是国家推崇和倡导的重点内容，而广州更是提出了“书香羊城”的文化品牌。在大环境的推动下，肯德基顺势筹建儿童阅读基地，让更多儿童体验到阅读的内涵及乐趣。

营销目标

该活动的项目通过成立“广州少年儿童图书馆 肯德基声阅推广基地”，让声音与阅读结合，建立声阅墙与电子图书馆，让儿童通过互动去感受阅读的魅力；同时，活动开办线下声阅训练营，让名师带领儿童提升朗读技巧，并且在数十家餐厅同步宣传并接受线下图书捐赠，不断的持续曝光让更多公众参与到活动中；线上通过传播 h5，收集有声微故事，同时联结留守在家或与父母流动生活的孩子一起，达到带领全民阅读的目的。传播内容围绕“声阅”展开，精准传递出“边体验声音阅读乐趣，边做公益”的核心信息。

策略与创意

创新形式。以声音贯穿项目，用声音为载体，打造“征集 100 个有声微故事”、“声阅训练营”、“声阅墙”、“声阅角”、“电子图书馆”、“为小候鸟送童书”等系列趣味互动。

高配资源。“同声童阅”由广东肯德基携手广州少年儿童图书馆、广州日报共同发起。肯德基购书中心餐厅被授予“广州少年儿童图书馆·肯德基声阅推广基地”，成为广州少年儿童图书馆首家以声音为特色的阅读推广基地。

乐心公益。项目亮相由广州市民政局、市文明办、市妇联和越秀区政府主办的北京路公益慈善嘉年华，传播趣味阅读的理念，传达声阅陪伴的新创意，传递爱的声音，支持公益事业。

高效传播。采用微信、微博、平媒、网媒、APP、H5、电台、朋友圈，全媒体平台传播，持续报道，覆盖面广，互动性强，吸引了众多用户参与活动。

[视频链接](#)



执行过程/媒体表现

为期三个月的“同声童阅”行动包含了五大推广板块。

在线上传播板块，肯德基将名师领读及大众跟读结为一体制作成互动 H5，公开众筹超过千个有声微故事赠予肯德基“小候鸟”，让这些留守在家或与父母流动生活的孩子，收获知识与陪伴。

在互动装置板块，肯德基同步在数十家餐厅设立声阅墙装置，到店的孩子们可以通过装置倾听不同捐声者的故事，感受有声阅读的魅力。

在多媒体互动板块，肯德基联手广州少儿图书馆，在位于广州阅读地标的购书中心设立“声阅推广基地”，共同打造试听结合的电子图书馆，创建亲子阅读知识共享空间。

在书籍众筹板块，肯德基在主题餐厅内放置了专属捐书箱，儿童可将珍贵的童书捐至箱中，并以文字祝福的方式联结“小候鸟”。

在线下培训板块，肯德基携手广州少儿图书馆定期举办朗读技巧培训，邀请知名主持人为 30 组家庭进行主题授课，让家长陪伴小朋友提升朗读技巧。



【微信公众号总阅读量超过20万+】



广州青年报

信息时报

广州日报

【携手平面媒体专业机构与权威媒体，全城联动，主流媒体争相报道】



【网络平台项目得到政府、媒体、大众的高度关注，引发百家媒体转载】



【8大APP平台传播，引发话题讨论】



【8大APP平台传播，引发话题讨论】

营销效果与市场反馈

“同声童阅”行动以创新的资源整合形式，结合广州少儿图书馆的优势资源及媒体高效的传播曝光力，吸引了大量公众的参与，整体互动人数超过100万，媒体传播覆盖超2000万人次。“让声音传递爱的温度”！“同声童阅”行动的落地举办，让肯德基这份“爱的肯定”全面助力少儿阅读推广，在孩子们的心中持续散播爱的种子。