

必胜客黑店 “喜欢你，才黑你”

- ◆ 广告主：必胜客
- ◆ 所属行业：餐饮
- ◆ 执行时间：2017.11.06-11.14
- ◆ 参选类别：互动体验类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频
http://www.iqiyi.com/w_19s09nrl5t.html

或者
扫一扫看视频



近年来，必胜客致力于品牌年轻化建设，
一直在寻找和年轻人沟通的突破口，
这就需要不断洞察年轻潮流文化，
用年轻人喜欢的语言和方式与之沟通。

当代年轻人的兴趣图谱多元广阔，了无边界。

读懂他们需要持续不断的洞察与互动。

构建产品与年轻一代流行文化的关联，

赢得TA们的情感共鸣，是本次营销的重大挑战。



借助年轻人之间的「互黑文化」
这一最好的社交媒介来和消费者进行
深层次的情感连接

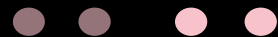


推广策略

围绕「互黑」延展的毒舌式语言风格
迅速建立内容营销触点
以轻松的娱乐化方式输出营销理念

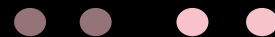
人群洞察

文化奇袭



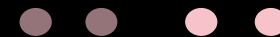
趣味呈现

内容物化



病毒传播

融合矩阵



黑你没商量

年轻人互黑文化的营销奇袭

喜欢你，才黑你

必胜客联合某电商平台

深度解读年轻人「互黑」社交关系

追逐青春范儿的必胜客和因爱恋而生的某电商黑凤梨

为这次品牌合体营销注入更多【互黑】精神

黑你，是表达爱你的高级方式之一

喜欢黑你，是我喜欢看你“被惹毛又对我无能为力”的样子

情到深处自然黑，黑到情浓变粉红



将年轻人追捧的「互黑文化」具象化



联动线上线下
这家「黑店」不怕黑

从视觉到观感
打造全方位沉浸式互动体验

年轻人互黑文化的内容物化



线上预热 线下快闪

11.06-11.14

年度“巨”制「黑店」H5

导 ↓ 流

金币商城「黑店」摇奖机

11.06-11.12

「黑店」专题

11.10-11.14

社交平台持续热趣互动

11.06-11.11

多平台持续传播

11.06-11.14

黑店

11.11-11.12

1. 年度巨制H5 「黑店」



通过两个卡通形象的对话
还原年轻人日常交流时赤口毒舌
营造强烈的代入感
生动诠释「黑店」主题
为线上黑店积攒首波人气



扫码观看完整版H5

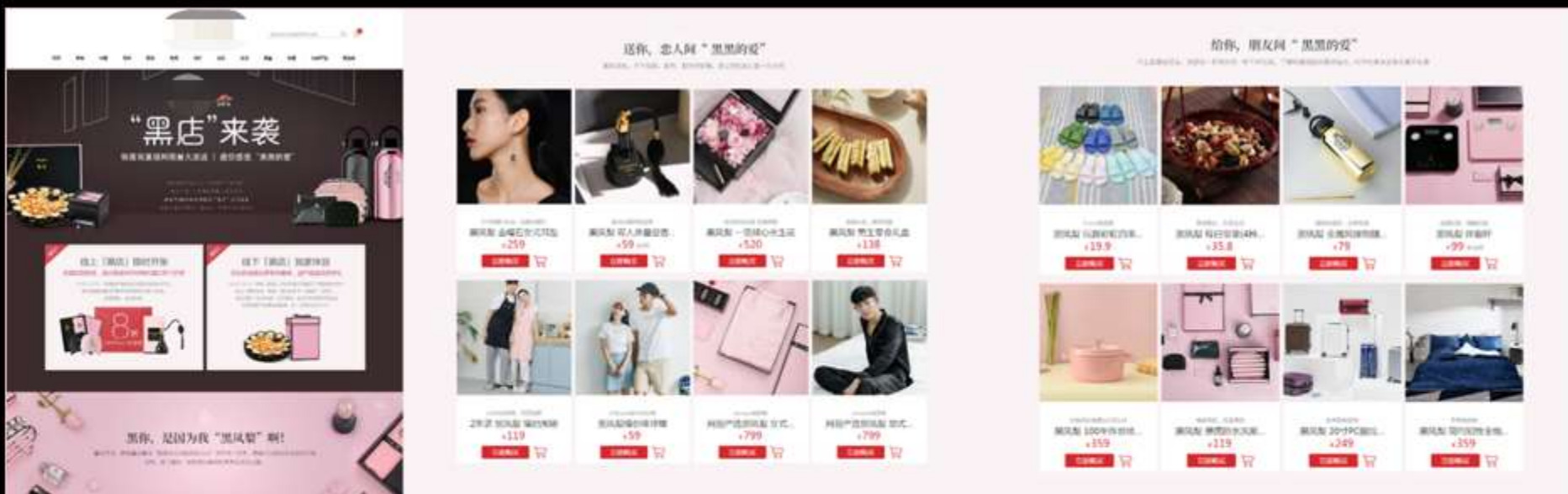


2.金币商城「黑店」摇奖机



持续的导流入口+简单的互动机制
实用的必胜客心意卡、黑凤梨系列产品
福利版概念黑店 抢先上线
强大「黑趣味」根本停不下来

3. 「黑店」专题



购买黑凤梨系列产品
 直接送必胜客WOW烤肉黑比萨8折券
 给了年轻人消费的直接刺激
 又将两家黑产品牢牢绑定在一起

4. 线下快闪「黑店」

进击的「黑语录」 情比金坚互黑墙

“塑料姐妹花”

“你丑我瞎”

果然互黑

才是最高级的秀恩爱

看来“感情破产”

在这里很有可能是分分钟的事



「黑店」

喜欢你才黑你

「P图天后」

「KTV车祸天后」

「塑料姐妹花」

「直男审美」

人家女友」

Tea Time
下午茶
¥32
毛嘉欣
叔!!!

立個乜嘢母」



4. 线下快闪「黑店」

进击的「黑语录」互黑语录进阶梯



满屏的「黑能量」年度人物拍照板



4. 线下快闪「黑店」

满屏的「黑能量」点餐是个大冒险



黑黑的爱之黑套餐

「黑店」以感情做筹码来点单
玩心跳更玩惊喜
真感情，没在怕的



4. 线下快闪「黑店」

满屏的「黑能量」黑凤梨是喜欢你

吃饱喝足就该开逛
网易严选黑凤梨体验区
向你表露
“黑黑的爱”
“我黑凤梨你啊”



4. 线下快闪「黑店」

奇趣的「黑魔法」整点空降魔术师

敲黑板，划重点
整点时刻有彩蛋放出
魔术师的快闪近景魔术
给你惊喜“黑”魔术



4. 线下快闪「黑店」

贴心的「黑小二」营造「黑化」就餐氛围

这股流动的「黑能量」

来自「黑店小二」的黑T黑话

一个戳心的眼神交换

心领神会并乐在其中



4. 线下快闪「黑店」

吸睛的「黑道具」会心一击带动感情升温

刷足互黑的存在感

要靠这些随处可见的「黑道具」

言简意赅，句句诛心

但是，“喜欢你，才黑你”啊



互黑CP高调表白 吃瓜群众猛塞狗粮



一场社交平台上的「相爱❤️相杀」

妙语连珠的互黑式表白强烈吸引年轻人的眼球

「单身狗」的围观角色更是引发共鸣

两大品牌的合体首秀让「黑店」变成了年轻人的社交谈资

「黑能量」吸引大V 线上线下尽燃迸发

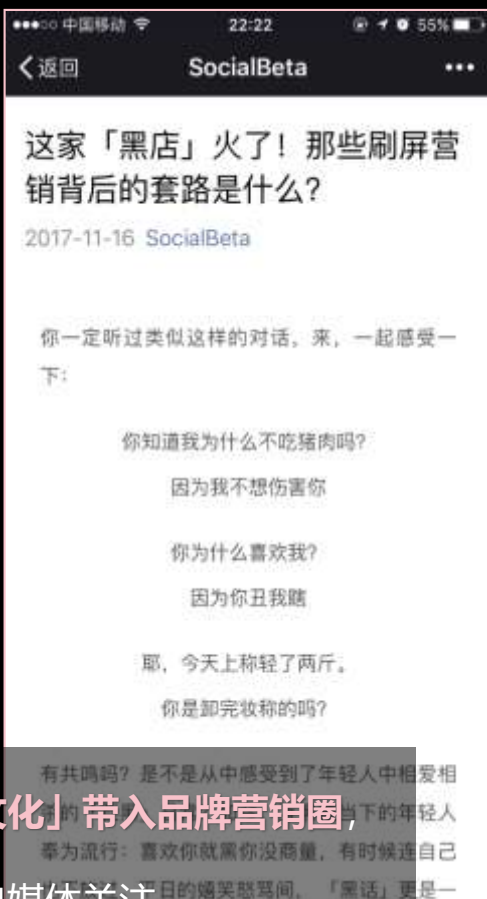


线上扒皮匠细数「黑店黑料」
满足群众吃瓜八卦心



线下铁馆教练现场探店曝光
引发400万年轻人强势围观

社交平台持续发酵「黑文化」影响

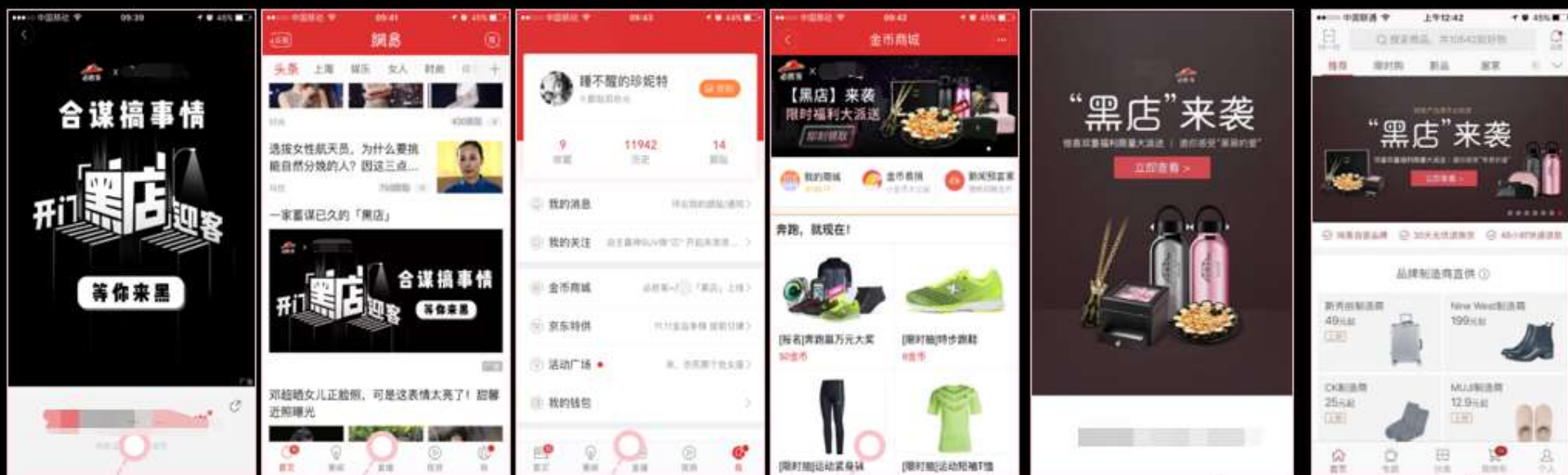


「黑店」首次将年轻人的「黑文化」带入品牌营销圈，引发广告圈两大自媒体关注

自带流行元素和时尚体质的「黑店」带来时尚界不小震荡，多家自媒体自发报导



两大平台黄金资源 强势导流质造品牌攻势



霸屏开机

头条信息流

用户页文字链

金币商城焦点图

霸屏开机

头条焦点图

互为助攻 社交媒体玩转黑文化营销



持续的品牌官微互动发声，展现「黑店」的恒久「黑能量」

赚足眼球引发共鸣，让年轻人不自觉地黑起来，嗨起来

「黑店」让年轻人的黑文化线上线下成功合体

「黑店」将年轻人的互黑文化升级，从线上互动到线下体验的通感包围下
让「黑黑的爱」升温，进入互黑的情感热潮

所以，勇敢「自黑」的必胜客与██████████与年轻人产生了文化共鸣，与年轻人真正玩在一起

██████████ 域内资源

总曝光：27,738,980次 总点击：1,657,426次

微博总互动量

(包含话题量)

1.73亿次

活动总参与数

(包含线上+线下总参与数)

2,419,426人



「黑店」让年轻人的黑文化线上线下成功合体

- **销量贡献：**活动期间必胜客上海星空广场门店黑披萨新品销量较平日周末提升85%以上。

(*数据来源：必胜客门店内部统计数据)

- **品牌贡献：**必胜客为黑披萨新品引爆热点话题，成功输出其年轻化的品牌形象，提升了年轻用户的消费黏性。

- **用户关系：**活动期间，线下客流较平日周末提升17%以上，线上总话题量达1.73亿次，从线下到店的年轻人数量和线上的话题讨论量来看，「黑店」和其中的态度表达戳中了年轻人的广泛共鸣。

(*数据来源：必胜客门店内部统计数据 / 新浪微博，截止2017年12月5日)。