

芬达携手QQFamily打造线上线下“芬”享闭环

- **品牌名称:** 芬达
- **所属行业:** 食品饮料
- **执行时间:** 2023.10
- **参选类别:** 跨界联合营销类

- **品牌传播背景：**
- 芬达核心目标人群为年轻用户群体，但在饮品市场竞争越来越激烈的当下，如何能够高效持续的站稳年轻用户群体的心智，并且建立芬达“好玩有趣”的差异化品牌调性区隔，是芬达一直面临的营销课题。

- **品牌营销目标:**
- 通过媒体高效链接年轻群体，同时通过线下活动创意，传递品牌好玩有趣的美好形象，
- 提升芬达在消费者中的曝光度和品类第一联想度，并带动线下渠道芬达产品的销售提升。

- **营销策略与创意:**

- 一、营销策略:

- 承接芬达年轻用户触达需求，寻找到年轻群体最大的社交平台，并借力旗下QQ Family的IP形象资产及在年轻用户中的渗透率，通过形象授权、流量支持、内容合作等，联手打造线上线下联动的趣味社交体验，建立芬达品牌与休闲时光的美好关联，实现线上线下品效营销。

- 二、核心创意:

- 联动QQ family中经典企鹅形象，上演“顶流变形记”，让企鹅与芬达核心调性融合，诞生新造型+新pose+新玩法，成功变身“芬达限定版快乐新鹅”。活动联动全国四城，带来多巴胺爆表的美妙九月，完美打透芬达目标客群，并通过现场多元互动，实现品效营销。

• 执行过程:

一、线下活动设置巨型顶流QQ企鹅，激发年轻人同框打卡热情，引爆social传播



• 执行过程:

二、设置“芬达”零食屋，为参与线下活动的年轻人，提供“快乐能量补给”展，拉升好感度



• **执行过程:**

三、现场设置花式互动游戏，参与互动集盖章，兑换精美周边



四、活动全国四城联动，深度触达芬达核心线下销售城市，提升人群购买欲

活动效果总结:

- campaign共实现线上近**10.5亿**次的品牌大曝光
- 近**950万**用户在聊天中使用芬达QQ family联名表情包
- 线下活动共覆盖**32万**消费者