

可口可乐—可口可乐 X 百度 城市罐营销

广告主: 可口可乐

所属行业: 饮料

执行时间: 2018.03.10-04.22

参选类别: 搜索营销类

营销背景

随着中国城镇化的发展，越来越多的城市在伟大复兴之路上传承并迸发出独特的文化魅力。而这一切的核心，是城市中的人们。可口可乐希望抓住各个城市与人的故事，激发他们对所喜爱的城市产生情感共鸣。

一直以瓶子营销赢得青睐的可口可乐再次打出创新牌，与百度 AR 联手推出“探寻城市秘密”营销活动，此次活动不仅推出个性化十足的城市罐瓶身，还创新地加入 AR 内容，科技感、趣味性十足。

营销目标

销量同比上涨 +8%

品牌周饮用者比例成长: +0.5%

策略与创意

- 通过研究发现，时髦“纤长”的摩登罐感知价值更高，更受新主流人群的喜爱。新主流人群是那些，20-39 岁，受过良好教育的青年，身居经济发达、交通便利的一二线城市。此类群体有更多的机会可以去感知多元且独特的城市魅力和城市文化。可口可乐推出摩登城市罐的 24 款独特罐身设计，精心融入了每座城市特有的元素，将它们融合在一个人物形象中。通过和百度 Eco-system 的全方位合作，通过百度创新的 AR 技术，将人们带入到可口可乐城市探秘之旅中，去寻找属于它们的每一座城市的独特魅力。
- 为了共同展现多元城市魅力和畅爽可口可乐，将可口可乐城市罐重塑成 3D 城市罐，通过百度 AR 来进行可视化体验。精美还原的 3D 城市罐与城市人物的 3D 立绘动画。以动态形式，帮助体验者 decode 城市罐的秘密。
- 为了挖掘不同城市的独特性，我们借用百度大数据与多款百度产品。挖掘出百度百科、百度地图、百度贴吧的潜力，利用手机百度 APP 的技术优势，调动各个百度产品的数据。
- 借用丰富的百度百科让体验者探索城市标志性元素，运用百度地图展现 360°全景地标体验等等，最后导出百度大数据揭秘每一个体验者的专属城市气质。
- 同时，在百度外围更有全媒体广告同时展现可口可乐城市罐‘多元城市，畅爽如一’的观点。

执行过程/媒体表现



以手机百度AR互动为核心，展开全面的城市探索之旅

AR城市探索之旅



鹿晗微博助推#可口可乐城市罐#，引导用户体验多元城市的魅力所在

The block displays two screenshots from Weibo:

- Weibo hot topic:** Shows the '一封家书' (A Letter Home) hot topic page with a red box highlighting the '#可口可乐城市罐#' (Coca-Cola City Can) topic.
- Luhan fans feeds:** Shows a Weibo post by Luhan (鹿晗) featuring the Coca-Cola City Can, with engagement statistics: 2847.7万 (likes), 103.6万 (retweets), and 495 (comments).



各种广告联合推广可口可乐城市罐AR揭秘



30秒15秒广告，多屏覆盖，调动多元城市的可乐热情



营销效果与市场反馈

执行效果：

- 使用第三方调研机构（CTR、Nielsen、IPSOS、MillwardBrownACSR 四家权威机构范围内）提供的效果评估数据证明

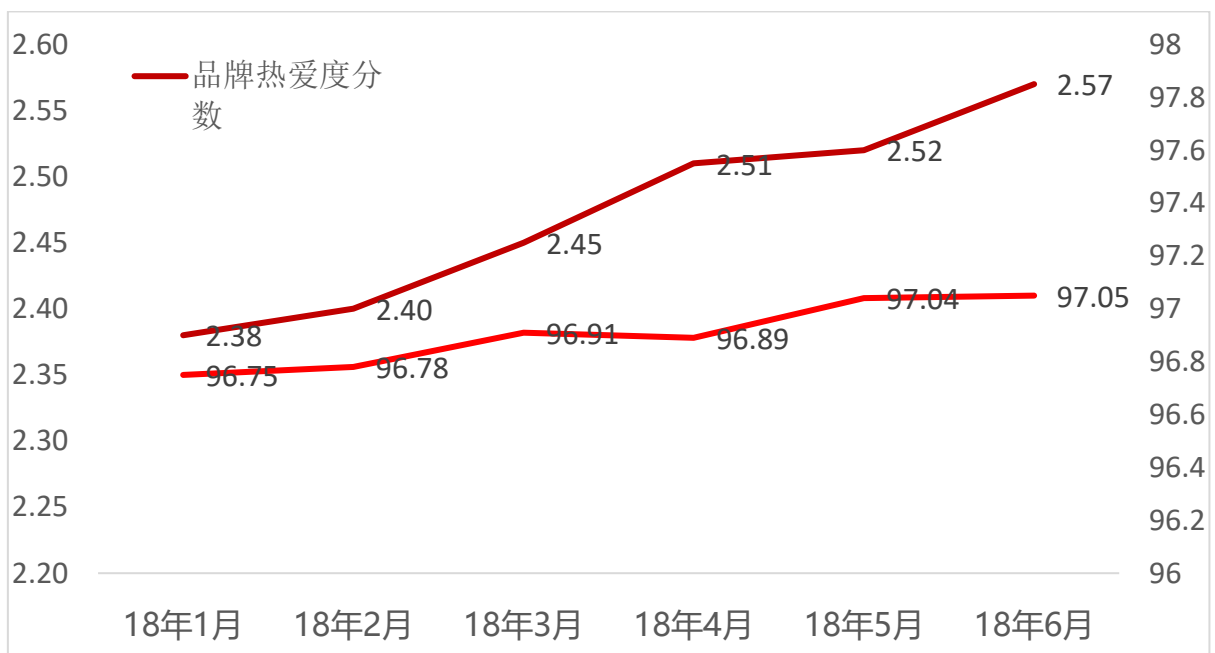
*事件/广告覆盖率/浏览量等 *品牌知名度 *销售促进 *其他活动相关指标

广告总曝光: 594,222,729

广告总点击: 13,780,500

AR 探索之旅参与次数: 4,827,023

- 整个营销阶段，总品牌知名度/品牌热爱度分数稳定上升，效果良好



市场评价：使用第三方调研机构（CTR、Nielsen、IPSOS、MillwardBrownACSR 四家权威机构范围内）提供的效果评估数据证明（结合活动具体执行情况，选择如下相关一方或多方，对活动自身效果进行评价）