**康师傅世界杯，打造深夜看球美食新流行**

**广 告 主**：康师傅

**所属行业**：食品饮料

**执行时间**：2022.11.21-12.14

**参选类别**：体育+数字营销类

**营销背景**

**1.赛事关注度高**：2022年卡塔尔世界杯在全球预计将有50亿人观看，自世界杯开赛以来CCTV-5收视率增长498%，市场份额增长420%。

**2.品牌机会**：作为“深夜球赛伴侣”，康师傅具备先天性的优势，本届世界杯**赛事**大部分集中在北京时间**深夜**，让康师傅顺畅切入**深夜吃泡面**的**夜宵场景**。

**3.营销痛点**：**品牌自身无相关权益**，希望从自身产品特质与熬夜看球的契合度出发，通过合作平台创造丰富的内容，实现“消费场景”的占领。

**营销目标**

**1.场景占位**：借助“深夜看球吃泡面”的场景在世界杯期间，强化“今晚看球夜，来碗康师傅”的信息，从而**占据**用户**看球吃夜宵**的场景。

**2.对位目标人群，促进转化**：提升**目标兴趣人群的关注度**，促进看球夜宵人群的转化，推广康师傅方便面。

**策略与创意**

**案例视频：**<https://www.bilibili.com/video/BV1Ay4y1Q7CZ/?vd_source=3a0e412b6307e0c55fabf40eb6967aac>

**康师傅世界杯短片：**<https://www.bilibili.com/video/BV1TG411c7aj/?spm_id_from=333.999.0.0&vd_source=3a0e412b6307e0c55fabf40eb6967aac>

通过**新浪新闻全局内容运营**，**新浪微博内容发酵花式种草**，**双端联动**成功打造**深夜看球吃泡面**，来碗**康师傅**的**美食新流行**。



**1.长线话题运营**：新浪新闻长线运营话题，大账号矩阵冲榜，在世界杯期间为康师傅方便面持续带来社交关注。

**2.官方定制内容**：官方定制多样化内容为品牌发声，九图/长图种草夜宵泡面的花样吃法，品牌TVC深度沟通用户情感，街采视频传递概念种草。

**3.用户UGC发酵**：搭配定制内容触达目标人群，引导用户自发产出优质UGC内容，成功绑定世界杯热点，打造优质康师傅方便面社交种草氛围。

**执行过程/媒体表现**

**1.撩动食欲，建立联想**

（1）揭幕战当日，新浪新闻发布创意9图带软性话题#深夜看球吃泡面有多爽#，**预热后续活动，铺垫用户种草氛围**。

（2）新浪新闻配合多个新闻账号，为康师傅方便面与看球场景联想打call，**借势世界杯揭幕赛**第一战引爆社交氛围，激活社交讨论并登上热搜。



**2.暖心内容，撩拨情绪**

（1）小组赛期间，新浪新闻携手**黄健翔**拍摄**主题视频**，衍生话题#深夜藏着温暖的一面#，分享**看球场景**下关于工作、亲情、爱情的3个故事，**深度沟通目标人群**产生情感联结，将社交关注转化为**品牌拥护**。



（2）20+新闻账号联动扩散，传递**暖心暖胃**的品牌联想，星选任务邀请网友分享观片感受和深夜看球吃面故事，吸引大量KOL、KOC**分享看球经历和看球嗦面爽快时刻**，引领热议氛围。



**3.紧跟赛程，集中种草**

（1）¼决赛期间，定制长图解锁泡面的8种吃法，锁定品牌概念输出方向，搭载街采视频再度掀起社交关注，引导用户**深度种草**。



（2）半决赛期**紧贴焦点赛事**，以热搜话题加持强化营销节奏，进一步**影响用户心智**，形成**深夜看球吃康师傅方便面**的**强种草氛围**。

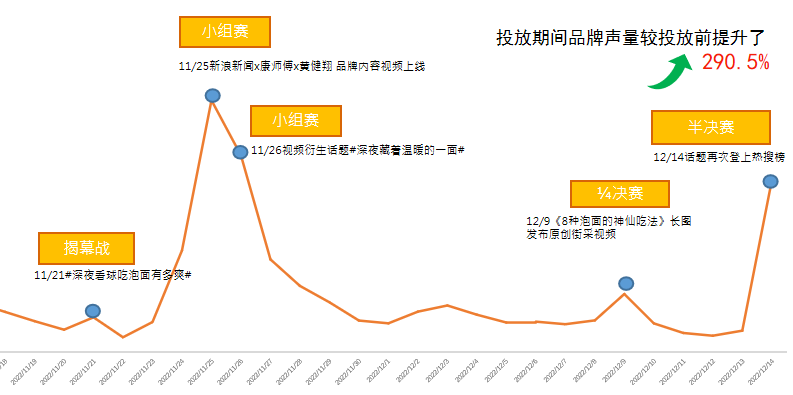


**营销效果与市场反馈**

**1.声量提升**

（1）社交声量整体较投放前提升超**290%**，且高声量点**紧贴焦点赛事**，**传播效率高**。项目相关话题阅读量高，**相关内容广泛传播且讨论度高**。

（2）主话题#深夜看球吃泡面有多爽#阅读量**9.5亿**，讨论量超**3.5万**，品牌TVC播放量**3014万**，街采视频播放量**40.7万。**



2.**场景认知强绑定**：康师傅方便面与世界杯、夜宵场景的认知强绑定。



3.**兴趣人群扩容**：品牌兴趣人群提升超**761%**，**产品种草意愿**提升超**138%**。

