

巧乐兹x全职高手，联名营销拿捏二次元转化密码

- **品牌名称：**巧乐兹
- **所属行业：**食品饮料类
- **执行时间：**2024.05-06
- **参选类别：**IP营销类

- 在碎片化时代，热点转瞬即逝，如何在IP合作中拓宽边界，实现以更高效的沟通路径占领用户心智，是品牌一直在思考的问题。作为深受年轻消费者熟知的品牌，巧乐兹一直致力于拓宽拓深和消费者深度沟通的路径和边界。因此在《全职高手》第三季动画上线期间，巧乐兹希望借助和这个年轻消费者喜爱的IP，打破常规的硬广式曝光合作方式，实现真正的和消费者的深度沟通和长效陪伴，深度影响消费者心智，从而带动销量提升。

- 巧乐兹和《全职高手》的IP合作，通过令“直人”狂喜的陪伴式联名，不仅仅是常规的贴片广告、简单的产品植入，而是陪伴《全职高手》动画第三季一路上线开播，陪伴守在屏幕前的粉丝一起见证主角的成长，从而打破次元壁实现对重点目标人群的深度沟通以及潜在高价值人群的覆盖和心智激活。
- 本次合作，以“巧乐兹 陪你荣耀梦多兹”为主题，即和动画内容紧密相关，又高度契合巧乐兹想要传达的“青春多兹，巧乐兹陪你一起体会”的品牌主张。合作通过剧内的多元内容结合，剧外的联名产品、集卡活动，以及主角叶修生日会粉丝活动，实现和目标TA群体的深度沟通和长情陪伴



【线上】

多元产品组合火力全开，强势揽获二次元爱好者

剧内



- 剧内多点位定制资源，自然融入剧情
- 陪伴观看，定格专属回忆，粉丝好感度飙升

剧外



- 5大角色&5种口味完美匹配
- 瞄准“谷子热”附赠定制周边

- 微博招募巧乐兹野生代言人
- 集卡互动、趣味测试等
- 多重玩法派送惊喜福利
- 巧妙引流品牌私域巧乐兹小程序

【线下】

巡游狂欢链接粉丝情感，为爱发电促成购买转化



- 高度还原剧中场景，沉浸感受荣耀魅力
- 现场品牌售卖区，边吃边玩欢乐满分

- IP联名合作全网达成千万量级曝光;
- 电商礼盒组合2000份开售当天即售罄;
- 线下活动销量平均每场3000支+;