

百事可乐 x 萝卜快跑 把方向盘交给渴望

- **品牌名称：**百事可乐
- **所属行业：**食品饮料类
- **执行时间：**2024.9.22-10.14
- **参选类别：**跨界联合营销类

结案视频

直接点击链接观看视频，或复制链接到新浏览器页面查看

https://mbd.baidu.com/newspage/data/videolanding?nid=sv_18187728034366585926&sourceFrom=share

营销背景：百事可乐与萝卜快跑合作需求共性



品牌焕新

百事 x 萝卜快跑



科技新秀

需求洞察：解决年轻消费者在夏季的出行痛点



2024年， 高温预警频发
平日酷爱出门游玩的年轻消费者们
常常面临着身心上的双重挑战…



“实在太热”

“心情烦躁”“出门也不知道去哪”

“只想在家吹空调”

“走路太热 打车太贵”

“渴到嗓子冒烟”“汗味大”

需求洞察：解决年轻消费者在夏季的出行痛点

“凉爽的出行方式”

“舒适的乘车空间”

“没有气味攻击”“冰饮”

“省钱”

“风扇空调”“安静安全”

»»»»

为解决出行痛点

我们问这些年轻消费者们

你们在户外，渴望什么样的出行体验？

««««

而这些违法违规行为，无人车，都没有。
而且相比于人类容易疲劳、路怒、情绪、紧急失措的自然反应，“无情”的机器，天然就没有这些负担。



77 重庆 7月11日 回复 100 个
只有我一个人在想以后打车终于不用和司机说话真是太好了👍



动物园喵酱 🐱 湖北 7月10日 回复 238 个
晚上刚刚打萝卜回家 我很喜欢 不需要社交 上车登陆自己的网易云听歌 它可以顺利送我回家

萝卜快跑以其高服务标准备受赞誉



创意亮点一：会『开车』的百事可乐

百事可乐真的在开车！

你敢信，今天我看到一罐百事可乐在开车

这司机我熟，而且还很好喝

外面都发展成这样了？百事可乐会开车？



BIG IDEA



百事可乐 x 萝卜快跑

把方向盘 交给渴望

让「渴望就可能」
在最具未来感的出行方式中
具有炫酷的实感，激励更多渴望出发



创意亮点二：深度绑定百事与出行场景 全程专属定制消费体验

国庆期间，把方向盘，交给渴望



出行开始

乘坐渴望专车，百事沉浸体验

渴望定制专车

- 百事定制渴望专车



出行体验升级

定制渴望专车，品牌概念传播

渴望无人空间

- 百事主题车装扮
- 百事赠饮渴望体验



出行过程&结束

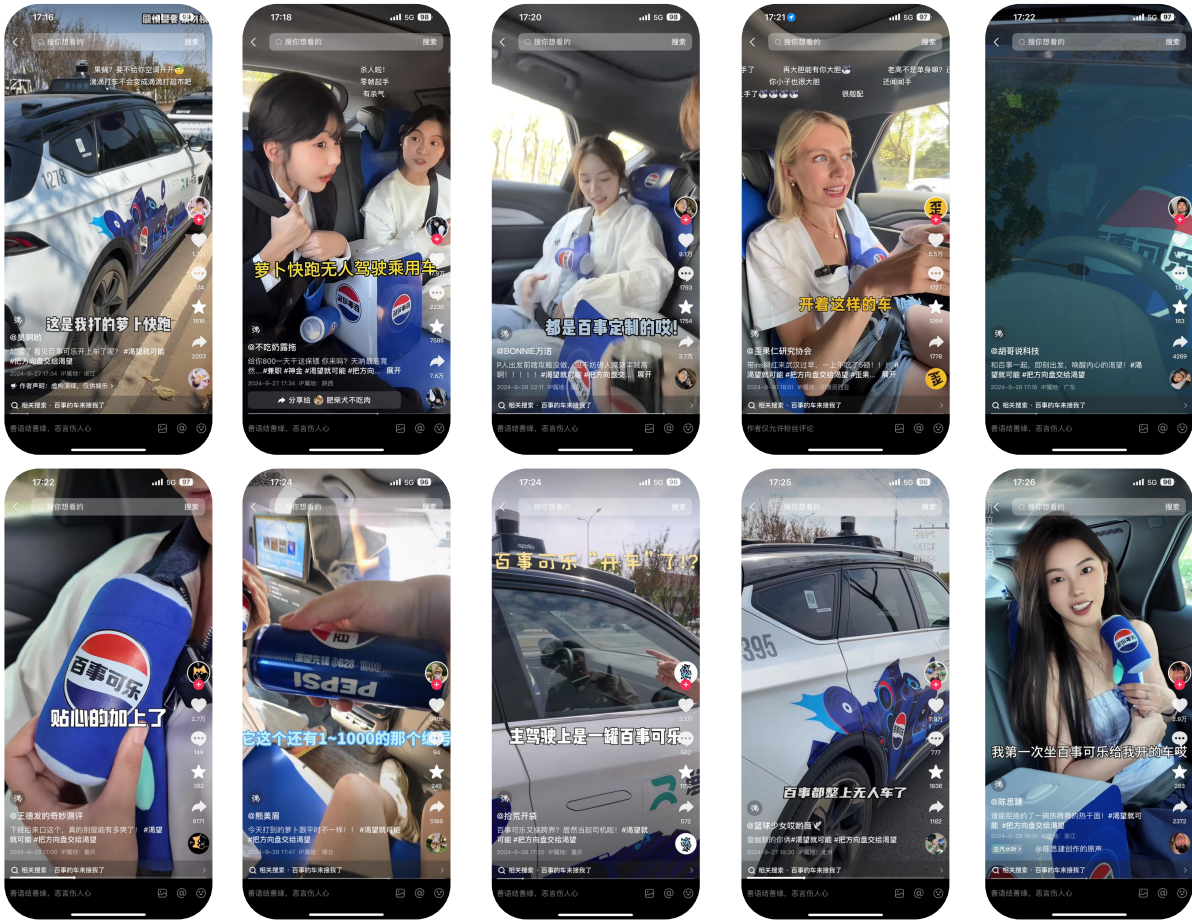
车内互动玩法，新奇体验延续

渴望专车互动

- 百事渴望专车福利
- 百事车内互动玩法



创意亮点三：新奇事件营销『马路上最靓的仔』突破圈层传播



点赞量共计50w+ #把方向盘交给渴望 1530w+ 播放

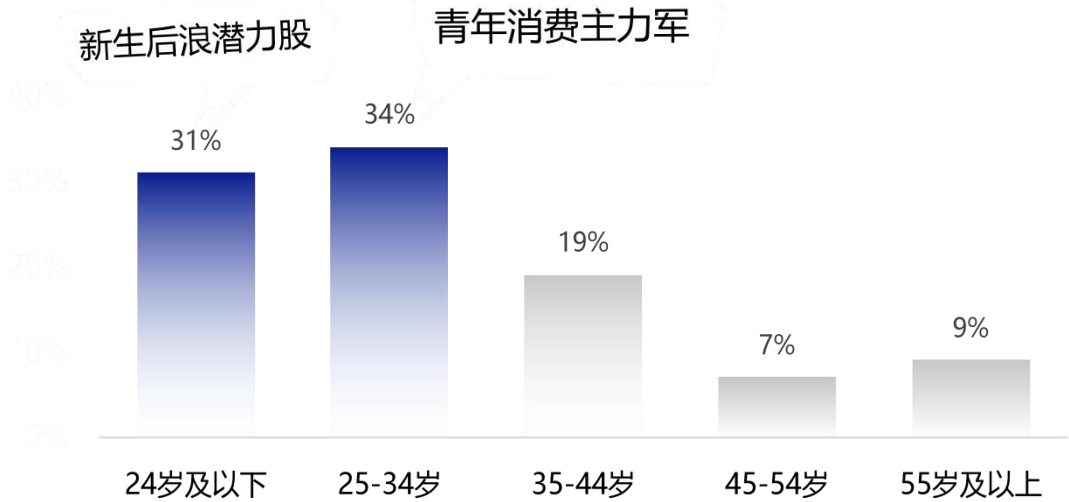
营销效果：制造稀缺感受 深度触达高质量年轻出行人群

男女均衡，年轻趋势明显，消费水平中上，教育程度高



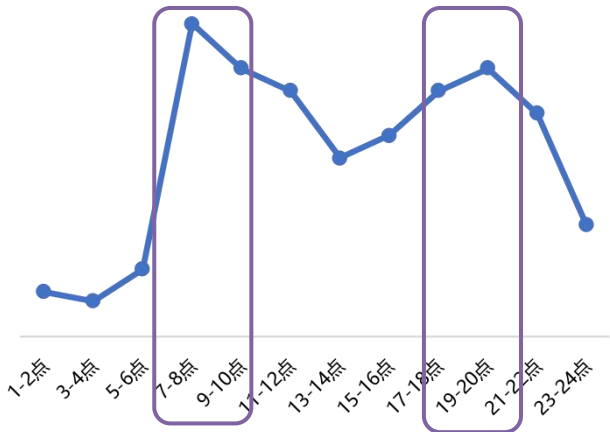
商圈和景区

是活动期间消费者最主要的出行目的地



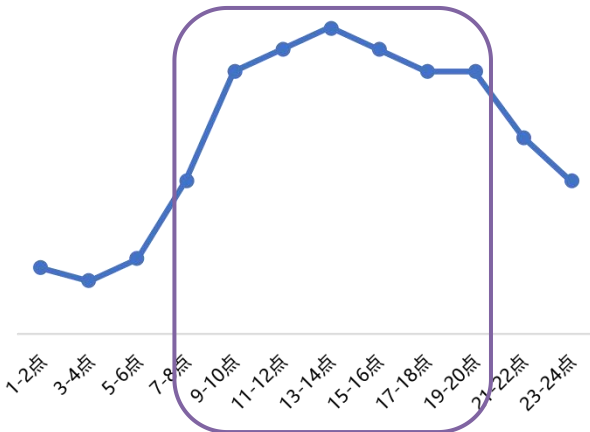
工作日早晚高峰为乘车峰值

平均乘坐时长：22分钟



国庆期间全天保持高位运营

平均乘坐时长：28分钟



营销效果：把营销驶向无人区 线上线下总曝光突破3.3亿

项目数据



百事无人车运营**40辆**

总曝光**3.3亿** 总互动**3千万** 无人车总接单量**2.4万+** 乘车券领取**22.5万** 活动页面CTR**7.5%**

KOL社媒传播



#把方向盘交给渴望 **1530w+** 播放 吸引**20w+**人次互动

全网宣推

