

# 2019 大中华区艾菲奖全场大奖

## 口袋炸鸡店 Pocket Store

# 口袋炸鸡店

为全中国喜爱肯德基的年轻人创造拥有一间属于自己虚拟炸鸡店的机会

肯德基在中国已超过6,000家门店,但平均下来每24万人才拥有一家线下门店,因此单靠门店来实现对每一位消费者的触达是很难的。

**创意:为全中国喜爱肯德基的年轻人创造拥有一间属于自己虚拟炸鸡店的机会**

肯德基希望借助个人电商的形式,更贴近年轻人的日常生活,通过社交和娱乐,让年轻人可以在高强度、快节奏的城市生活中也感受到温暖。

**个性化的有趣机制**



**移动端活跃度**



**口袋炸鸡店已经成为一种全新的肯德基社交化互动商业模式**

**从零起步,120天内  
涌现琳琅满目的新“店铺”  
总交易额在微信端也实现了突破**

**明星入驻**



1 min ago

Like Comment

### 类别

专项类: 购物者&电子商务营销类

### 客户

肯德基

### 主要代理公司

伙传播 | 埃森哲互动

## 关于案例

2018 年圣诞之际，肯德基中国在微信平台上创造了一个全新的社交电商新模式：每个人都可以拥有的肯德基虚拟门店-口袋炸鸡店。消费者只要打开这个微信小程序，就可以获得经营一家肯德基餐厅的互动体验。店主可以 DIY 店铺设计、上架商品、和好友互相加糖、解锁优惠与元素，与朋友比拼人气和排行。作为店长，更可获得红包奖励和优惠券福利。

24 小时不打烊的口袋炸鸡店，自上线后逐渐成为肯德基中国长期的营销与电商渠道。以打造可持续化的数字平台为理念，口袋炸鸡店陆续推出明星店长模式、虚拟后厨体验制作肯德基新品并解锁货架、基于新品上市或节庆打造主题店铺营销活动，不断迭代更新，以互联网思维融入社交体验，获得消费者好评。

## 市场背景

中国的年轻一代，作为目前最具快餐消费力的群体，同样乐意接触新的商业模式。同时，手机和社交媒体也是他们不可获缺的元素之一。我们希望改变他们的就餐习惯。

## 策略挑战

如何帮助肯德基更好地数字化转型，吸引新一代年轻人。

## 受众

中国的年轻一代，作为目前最具快餐消费力的群体，同样乐意接触新的商业模式。同时，手机和社交媒体也是他们不可获缺的元素之一。我们希望改变他们的就餐习惯。

## 目标

为品牌实现数字化转型，吸引年轻消费者并扩增销售渠道。

## 洞察

基于对当下年轻人的社交行为以及移动互联网时代的改变，我们为全中国喜爱肯德基的年轻人创造拥有一间属于自己虚拟炸鸡店的机会。我们创造全新的商业模式来替代社交媒体广告：社交化互动商业模式。

“口袋炸鸡店”拥有个性化的有趣机制，用户可通过店主身份自行 DIY 店铺设计、上架店铺商品、与朋友比拼人气和销售排行；“口袋炸鸡店”还拥有社交的功能，可以呼朋唤友为自己的小店“加糖”累积虚拟人气值，解锁优惠与其他功能，也可以帮助好友提升排名、店铺人气榜单和销售榜单。作为一名消费者，用户可以在“口袋炸鸡店”中购买套餐电子券，并在线下肯德基门店兑换；作为“口袋炸鸡店”的虚拟“店长”，用户还可以获得红包、咖啡券等丰富福利！

24 小时不打烊的“口袋炸鸡店”，自上线后逐渐成为肯德基中国长期的营销与电商渠道。以打造可持续化的数字平台为理念，我们陆续推出明星店长模式、开放虚拟“后厨”制作肯德基新品并解锁货架、基于肯德基新品或节庆打造主题店铺营销活动等，不断地迭代更新。以互联网思维融入社交体验，获得消费者的好评。

## 创意

创造全新的商业模式，开发一款可以售卖产品的社交商务小程序，实现人人拥有一家炸鸡店。

## 创意实施

肯德基“口袋炸鸡店”，一经上线即成为拥有广泛影响力的数字产品之一，我们通过不断优化和更新迭代，赋予“口袋炸鸡店”更多的玩法和互动模式，不断收获口碑与好评。

娱乐圈明星的加入，为“口袋炸鸡店”赋予新的生命力。包括鹿晗、王源、朱一龙、周冬雨、佟大为等明星纷纷入驻，粉丝们每天为偶像冲高店铺人气、购买明星货架产品，乐此不疲。“口袋炸鸡店”的“我的厨房”板块不断推出新的花样，包括当期 KFC 新品 DIY 以及节庆及新品主题皮肤。这些功能和升级都大大提升口袋炸鸡店的互动乐趣和用户粘性。

2018 年 11 月 27 日，肯德基“口袋炸鸡店”小程序首日即迎来超过 560,000 家新店上线。截止至 2019 年 3 月最高单日活跃用户超过 260 万。

## 媒体附录

### • 使用了何种传播触点？

- ✓ 互动/线上：游戏
- ✓ 关注点 (POC)：其他：H5
- ✓ 零售体验：其他：线上零售
- ✓ 用户原生：消费者原生
- ✓ 社交媒体

### • 付费媒体支出总额

当前年度：2018 年 6 月- 2019 年 5 月	上一年度：2017 年 6 月- 2018 年 5 月
100 万以内	无法提供

请估算，与竞争对手相比，该项预算：无法提供

请估算，与往年该品牌的媒体总支出相比，该项预算：无法提供

- **自有媒体及赞助**  
官微&线下门店
- **预算详述**
- 多处资源整合，本身媒介投入并不高，但是结合不同窗口媒介资源起到比较好的突破

## 结果

这次推广活动已经成为全新的肯德基社交化互动商业模式

肯德基口袋炸鸡店在仅仅 120 天之内迅速从 0 增加到 200 万家以上

发布首日即成立 56 万家“店铺”

每日活跃用户峰值超过 260 万

120 天内总交易额超过 4200 万

更有明星陆续加入开启肯德基口袋炸鸡店。

## 其他在市场环境中可能影响了该营销传播运动成果的因素，并解释。

其他：优惠折扣，CRM/会员计划

通过此小程序平台手机会员（消费者）信息，同时提供平台专属优惠。