**趣多多 × 魔动闪霸：我趣！交个逗友吧**

**广 告 主：**亿滋中国

**所属行业：**食品零食

**执行时间：**2020.09.01-10.25

**参选类别：**社会化营销类

**日历

描述已自动生成**

**营销背景**

在品牌全面焕新的背景下，趣多多希望在社交阵地上撬动GEN-Z注意力，同步升级逗趣基因，重新焕发IP活力。

**营销目标**

关键挑战：沉寂已久的经典品牌，如何能在品牌年轻化的流量大潮中脱颖而出，真正与年轻人交朋友？

**策略与创意**

在品牌全面焕新的背景下，趣多多希望在社交阵地上撬动GEN-Z注意力，同步升级逗趣基因，重新焕发IP活力。

#我趣！交个逗友吧# 趣多多喜提人气逗友魔动闪霸，不唱《对手》变《逗友》。联合新世代人气Rapper组合魔动闪霸，重新将其热门歌曲《对手》改编并合拍为全新MV《逗友》，以洗脑旋律和魔性画风重返Z世代社交语境，发起与Z世代的交友邀请。

**执行过程/媒体表现**

**逗友出现人传人现象，多平台掀起交友风潮**

微博逗友吃瓜不断：深谙微博逗友的吃瓜属性，从预埋吸睛话题#魔动闪霸吃到饼了#开始，全方位持续造梗炒作引爆声量，吸引吃瓜群众集体围观，激活逗友概念。

抖音逗友以舞会友：提取MV舞蹈裂变基因，打造新一代逗友舞，低门槛魔性舞蹈，搅动用户合拍跟跳。

B站逗友逗不及防：借力B站原生创作力量，以MV高逗片段为内容灵感，实现逗友概念的二次传播与深度沟通。

“网抑云”秒变“网逗云”: MV同步上线网易云平台，持续输出IP逗趣影响力。

蓝色的卡通人物

描述已自动生成

视频：<https://www.bilibili.com/video/av372399702>

**营销效果与市场反馈**

通过此次营销战役，趣多多成功闯入Z世代聚集地，触达年轻消费者。全平台MV播放量累计超过7000万，仅#我趣！交个逗友吧#单话题微博讨论度即达1.3万+