

29TH CIAF 2022

第29届中国国际广告节

长城奖商业作品征集大赛



<http://www.chinaciaf.org>

The background is a solid blue color with a stylized, layered landscape. It features several wavy, rounded hills in different shades of blue, creating a sense of depth. In the foreground, there is a dark blue silhouette of a castle or fortress with a central tower and battlements. The overall aesthetic is clean and modern.

麦乐送喵乐送

营销案例-整合营销

作品背景介绍

➤ 背景与目标

一直以来，麦乐送都希望把快乐送给更多的消费者，在外送行业竞争激烈的当下，麦乐送如何借助自己的服务脱颖而出？麦乐送本次选择服务宠物人群，与其他竞品形成竞争区隔，寻找新的市场增量点，增强自身的品牌力，拉近与消费者的距离。

➤ 洞察与策略

洞察：宠物经济时代，萌宠早已成为家人，主人们都在家享受着有毛孩子陪伴的时光，麦乐送希望在这美好的时光里为你及毛孩子送上更多的乐趣。

➤ 解决方案

为实现品牌拉新我们需要寻找新的机会点，当下火热的养宠人群与品牌的服务场景居家有高度契合，同时跨界宠物服务又是非常有温度的行为；

于是，麦乐送推出**喵乐送**服务，为你送餐也为你家的猫主子送上一份**猫窝**，不想出门的日子，让我们

窝在一起
过冬天

➤ 产品设计

我们放大麦当劳品牌势能，以经典产品包装结合猫咪习性，设计三款“汉堡”猫窝，并通过麦乐送的服务送达消费者的家中。让消费者们不想出门的日子里，可以和毛孩子们窝在一起快乐过冬天。

为了给消费者更好的体验，配套设计了可爱说明书和有趣贴纸；同时考虑骑手配送便捷性设计的外包装袋；全套设计既丰富了产品又体现品牌的细腻和活动的整体性。

猫窝包装袋

美食套餐外送袋

猫窝
(内含猫抓板)



说明书

猫窝
(内含猫抓板)



贴纸

► VIDEO

拍摄一支猫窝给主人和猫咪带来趣味生活片段，以毛毡作为材质的定格动画，更具治愈感。从魔性到逗趣，从温暖到无厘头，细心捕捉了人与宠物之间微妙且珍贵的情感流动瞬间，表现冬天与猫猫在家的暖暖时光，也更好诠释了麦乐送“快乐到家”的品牌理念。



解决方案&创意执行

➤ Poster

邀请三只可爱的猫咪拍摄了一组精美的平面海报，利用猫与猫窝的互动，突出展现产品细节和质感。



麦乐送 × 饿了么 超级限定

麦乐送出猫窝啦

猫窝套餐 限量发售中

12.7-12.21上麦当劳APP/饿了么APP
购麦乐送指定套餐
含限量周边*1个(颜色随机)

*限量周边指定套餐
食品及食品类实物为准。图片仅供参考。本活动在中国(不含港澳台地区)部分麦当劳餐厅通过指定套餐渠道在活动期间(上午10:30之前)下单适用。具体以餐厅公示为准。汉堡数量限量10万个。款式随机。先到先得。送完即止。



麦乐送 × 饿了么 超级限定

“汉堡”猫窝

能睡猫的“汉堡盒”

12.7-12.21上麦当劳APP/饿了么APP
购麦乐送指定套餐
含限量周边*1个

*限量周边指定套餐
食品及食品类实物为准。图片仅供参考。本活动在中国(不含港澳台地区)部分麦当劳餐厅通过指定套餐渠道在活动期间(上午10:30之前)下单适用。具体以餐厅公示为准。汉堡数量限量10万个。款式随机。先到先得。送完即止。



麦乐送 × 饿了么 超级限定

“汉堡”猫窝

能睡猫的“汉堡盒”

12.7-12.21上麦当劳APP/饿了么APP
购麦乐送指定套餐
含限量周边*1个

*限量周边指定套餐
食品及食品类实物为准。图片仅供参考。本活动在中国(不含港澳台地区)部分麦当劳餐厅通过指定套餐渠道在活动期间(上午10:30之前)下单适用。具体以餐厅公示为准。汉堡数量限量10万个。款式随机。先到先得。送完即止。



麦乐送 × 饿了么 超级限定

“汉堡”猫窝

能睡猫的“汉堡盒”

12.7-12.21上麦当劳APP/饿了么APP
购麦乐送指定套餐
含限量周边*1个

*限量周边指定套餐
食品及食品类实物为准。图片仅供参考。本活动在中国(不含港澳台地区)部分麦当劳餐厅通过指定套餐渠道在活动期间(上午10:30之前)下单适用。具体以餐厅公示为准。汉堡数量限量10万个。款式随机。先到先得。送完即止。

➤ 传播

以小红书、微博、微信、B站为主阵地，打透传播场景，提前路透为正式发售蓄水预热，传播效果出众，还没发售就已经出现“一窝难求”的盛景。



效果

拉动品牌新用户增长

17%

#麦当劳猫窝#
话题曝光度

3亿

12.7日百度搜索热度68861

小红书相关笔记数高达1.1万+篇，单篇笔记最高点赞1.3万+，素人晒单产生大量爆文

微信公众号相关文章数200篇+，单篇阅读量最高2万+，除萌宠圈层外，大量财经、咨询、美食、营销类KOL自发报道

抖音相关视频数达400条+

B站，消费者晒单、手工、二创视频达400条+

“汉堡”猫窝产品

10分钟内售罄

登上抖音自然热搜

NO1

期间销售同比增长

33.5%

登上微博自然热搜

NO4





结束语