

Chinese whispers^o

DDB China Group

让我挑逗你的胃，让我打动你的



到现在为止，大家肯定已经对麦当劳的超值特选耳熟能详了，但是，你有没有注意到当你想到特选的任意一款的时候，心跳真的在加速吗？

挑战

DDB中国创作推广的麦当劳超值达人系列的成功之后，随之而来的挑战就是怎样让麦当劳超值的标志成为中国辨识度最高的标志。

我们想要建立一个持续性的超值平台，而不只是一个简单的低价概念。我们想和消费者真正地紧密相连，建立起一个感情的纽带。还有至关重要的一点是我们在座这些活动的同时要让大家都知道，从现在起，中国的麦当劳餐厅都是24小时全天营业了。

创意和执行

通过研究我们发现年轻的消费者已经觉得传统的有关价格折扣宣传很无聊。他们喜欢在外面用餐，同时希望能够得到更多一些……怎么说呢……更多一些新鲜刺激有趣的经历。物超所值，以“更少换更多”就属于他们喜欢的简单的乐趣。

DDB中国（包括国安DDB和Tribal DDB）用一颗“心”和一句很有煽动力的小标语“款款超值，天天心动”，给予了超值图标一个新的形象。整个新形象宣传的推出日，更是巧妙地跟在中国渐趋流行的西方情人节相结合，甜蜜而动心。

这样心动超值选的机会。

相信你应该不会错过这次心动现象，线上，线下，网络，里

里外外，我们执意不放过任何让大家知道在麦当劳餐厅里有心动超值选的机会。

配合这次活动电视广告（[点击这里看TVC](#)）表现了一对甜蜜爱侣，当然是在麦当劳餐厅里，享受他们的柔情蜜意进餐时刻，爱的火辣程度不断升级；在网上播出的“新闻短篇”更是将每一个“心”字都转换成了麦当劳超值选的“心”图标。

此外，我们还不能忘了我们的老朋友，麦当劳超值达人。他的超值新闻台让网站的浏览量不断刷新，掀起了快速流传的心动潮。加上优惠券派发活动，甚至在线下的活动中组织和鼓励大家大胆说出你的爱。

结果

和“心动”活动一起推出的一款新超值特选-香蕉派大获成功。事实上，上架没有多久，就告售罄，以至于麦当劳公司要紧急调配资源。因此，活动刚推出的几天内，销售量就超过了客户原定目标的4倍。在活动期间，店里的平均消费者流量激增，更多的活动正在酝酿出炉以求保持这个温度！

敬请期待！麦当劳超值特选！

Dick van Motman

DDB中国总裁&CEO

dick.vanmotman@asiapac.ddb.com