

# グラコロ

日本マクドナルド株式会社

## Objective

「グラコロ」及び「濃厚ビーフハヤシグラコロ」の年間販売数達成、そして「冬＝グラコロ」のイメージ強化。

## Highlight

TVCMではリーチできない若年層にリーチし、グラコロの資産である「グラコロ」ソングを最大限活用できるTikTokで配信。

- ・ グラコロ販売数前年比110%
- ・ 濃厚ビーフハヤシグラコロも昨年に登場したものと比較し販売数107%。

## MENU

TopView

## 実施時期

2023年11月-2024年1月



グラコロの大きな資産である「グラコロソング」を印象的に感じてもらい、つい何度も聴きたくなる、見たくなる動画として企画。全体の特長として、グラコロブランドの根底にある「あたたかさ」を大切にしており、暖色系のデザインやあたたかみのある音を選ぶことで、試聴しているうちに寒い冬にグラコロを食べたくなる仕組みに。

## Performance

広告認知

# +10.2%

TikTokブランドリフト調査の結果 ※絶対リフト

グラコロ販売数前年比

# 110%