

柠檬来的新品上市粉丝营销活动

- ◆ 广告主：柠檬来的
- ◆ 所属行业：饮料快消
- ◆ 执行时间：2017.03.19-至今
- ◆ 参选类别：效果类

背景与初衷

今年3月，**柠檬来的新品复合水果型饮料上市**，主打新鲜，并与**备受00后喜爱的亚洲女子偶像团体SNH48**中的黄婷婷、刘炅然、宋昕冉、张怡、严佼君、邵雪聪合作亮相。

目标

最大化提高柠檬来的**知名度**，把50%的SNH48粉丝转化成为柠檬来的粉丝，进而促进柠檬来的**销量**并为柠檬来的**微博微信聚粉**。

挑战与困境

如何整合明星&KOL微博、视频贴片、线下车身站台广告、海报等推广资源，玩转粉丝经济，最大化提高柠檬来的知名度实现目标，是柠檬来的新品上市面临的主要挑战。

如今的饮料市场饱和，柠檬来的作为新品，要在最快的时间里提高柠檬来的知名度，让消费者从认知品牌到对品牌感兴趣、再到发生购买，才能在这个竞争激烈的市场上站稳脚跟，不被遗忘，得以生存，这个挑战无疑是巨大的。

TA：15-20岁的学生，以SNH48的粉丝为主

他们感性的“千禧一代”，消费行为容易**受新鲜感影响**，关注明星潮流，爱追星，**受明星偶像的行为影响**，产生唤起感、兴奋感、认同感和归属感，他们将偶像（爱豆）的成功视为自己的成功，突破时间和空间限制，**愿意为自己的偶像付出一切**。



1 深扒独家资料

2 享受走肾应援

3 梦寐亲密接触

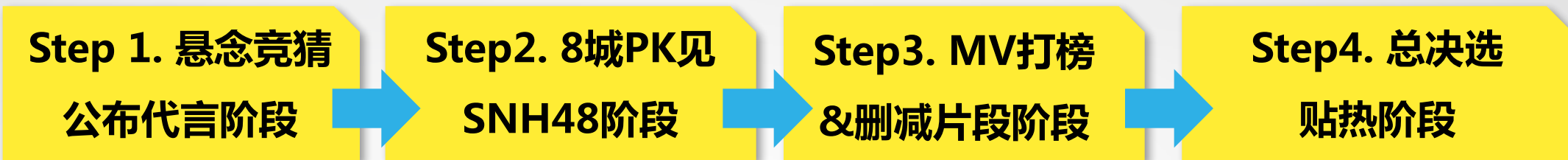
4 沉浸专属周边

Strategy

抓住粉丝心理，洞察粉丝行为，最大化利用偶像资源，
通过“养成-调教-应援”三大方式玩转粉丝营销
一步步把SNH48粉丝转化为柠檬来的粉丝！



媒介&执行



MKT Action

柠檬来的上市
宣告SNH48合作
电商霸屏

8城PK见
SNH48
3场
见面会

比基尼
MV打榜
品牌“鲜”
的POD推广

SNH48年度总决选

Strategy

**强势吸纳SNH48
粉丝**

**把粉丝热爱转化成
销量**

**借助粉丝
推广MV广告**

**借SNH48热点，覆
盖粉丝与非粉丝**

**Digital
Key Action**

悬念预告+代言人竞猜

8城PK (城市地标应援
事件、7-11抢空事件...)

MV多版本答题解锁

挑战SNH48 freestyle

拉队友帮爱豆霸屏京东

广州见面会

花式互动MV看N遍

柠檬来的应援总决选

百人应援海报活动

包场上海握手会+直播

SNH48泳装MV
删减片段

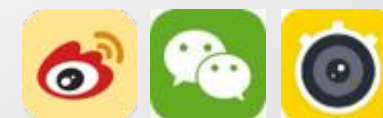
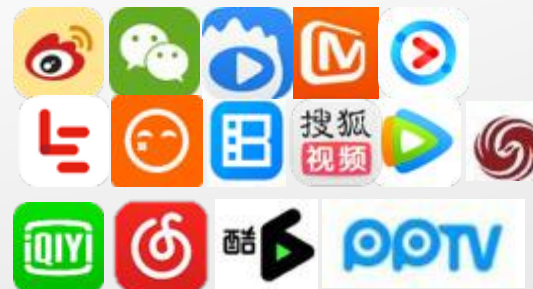
海报、视频贴热总决选

组团领【爱豆限量海报
礼盒】

成都见面会

柠檬来的握手会

**媒介
应用**



1 SNH48代言悬念竞猜，引爆柠檬来的上市声量

媒介&执行

以**微博**为品牌广曝光主阵地，发起**#柠檬来的牵手SNH48#**微博话题，以悬念竞猜代言人方式**撩拨粉丝心理**，吸引**300位SNH48艺人的粉丝群**关注，引发疯转，引爆话题，最终高调亮相市场，强势吸粉。

发起剪影悬念竞猜，转发每破万解锁一个嘴唇线索，转发量最高得**偶像亲笔签名瓶**

分别解锁6个偶像的唇印线索继续转发竞猜，热转得签名瓶

柠檬官微、脉动官微、SNH48官博、6位偶像微博同时宣布代言，官方微博发起**“帮爱豆上京东封面”**引流微信

粉丝晒与柠檬来的合照应援偶像，**征集100张照片**入选百人应援海报在“星梦剧院”展出

3.19

3.20

3.22

3.28



转发量破**32万**



转发量近**63万**



收获巨大曝光量与好评

#柠檬来的牵手SNH48#

话题阅读量**3128万+**,

讨论量**216万**



网友评论表好感，品牌受到广泛关注！



粉丝积极购买要尝鲜

粉丝坐等购买链接，
纷纷评论求铺货，
积极购买并晒图，
品牌广泛曝光。



柠檬来的微信互动平台搭建，通过脉动公众号**引流**、凭借“助SNH48上京东封面”与组队赢周边活动**吸粉**，加上公众号菜单栏趣味互动**增加黏性**，瞬间精准聚粉**近1万**！

脉动公众号助力引流

以“脉动哥失恋”为噱头，强势助力柠檬来的新品上市，为柠檬来的微信公众号引流，打造**阅读量10万+病毒稿**！



阅读原文 阅读 100000+ 205

助SNH48上京东封面

粉丝集合加入新鲜柠檬队，帮偶像上京东封面，**微信粉丝应援活动与京东偶像广告位联动**，自然圈粉！



组队赢【爱豆限量海报礼盒】

上线2小时**增粉2000+**，活动共吸引**新关注数6,581人**



菜单趣味互动 增强粉丝黏性

只说给柠听
听爱豆说代言柠檬来的品牌故事



猜柠多新鲜
鲜点子互动答题测试与爱豆的匹配度



点击量 13,127
粉丝剪辑公众号语音在微博二次传播

见面会花式招募粉丝，粉丝关注互动柠檬来的抢门票

微博-评论表白抢楼，特定楼层得门票

微博-泳装照找茬

微博-拼图游戏，拼出完整图得见面会信息

微信-烧脑答题

线下车站广告牌、海报、校园桌贴等物料拍照打卡



决出见面会城市，以**见面会VIP票与内场票**为奖品，花式微博互动吸引粉丝参与抢门票，实现吸粉活粉，为见面会推广造势，招募粉丝。

#8城PK见SNH48#话题阅读量 634.7万
话题讨论量 54.5万

4月30日广州见面会

柠檬来的 x SNH48见面会空降广州西城都荟，**近500位**粉丝围观应援，反响热烈，柠檬来的品牌全面露出。



微博大屏幕花式表白

线上线下粉丝带话题**#8城PK见SNH48#**+**表白爱豆**发微博参与微博大屏幕上墙互动，有机会**被爱豆翻牌**念出，增强粉丝的现场互动体验感，炒热气氛。

- 

AL0詹子傑 V
5月2日 16:05 最后评论 来自 iPhone 7 Plus
适逢假期，最清爽的事情莫過於一起来感受@柠檬来的lemonade @SNH48 广州见面会的现场！
我们下次见啦，记得要再来吃廣州的好東西！🍷
下一站加油！#8城pk见snh48#
- 

纪安先森 ★
8月24日 20:36 最后评论 来自 iPhone 7
#柠檬来的xSNH48广州见面会#8城pk见SNH48#
柠檬来的叫柠檬，老家来自阿根廷，空降广州为见你，期待下场更无敌！
p.s. 辛苦今天到场工作的每一位伙伴!!! 📍 广州·喜茶HEEKCAA(西城都荟店)
- 

kakakawaih ★
4月30日 18:24 最后评论 来自 430 Android
#8城pk见snh48#8城pk见snh48#每次踢踢崽来广州我就很欧了!!! 突然升仓有点激动!!! @柠檬来的lemonade 黄婷婷我猴钟意你啊!!! @SNH48-黄婷婷
- 

莫合山
4月30日 15:18 来自 红米Note4
#8城pk见snh48#无可替代邵雪聪#广州有小蛮腰，Coco也有小蛮腰！欢迎教主莅临广州，希望有机会你能爬下小蛮腰，登高远眺，看到更远更美的风景！

线下见面会通过微博大屏幕在线上**广泛曝光造势，为微博引流吸粉。**

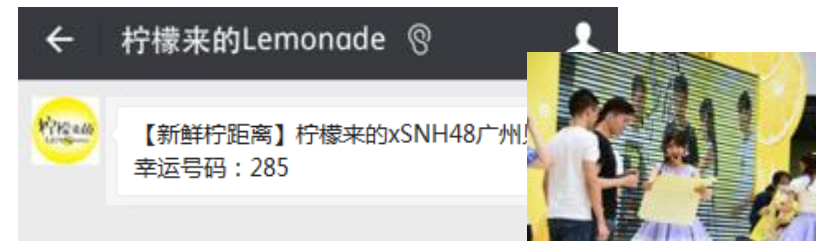
微博图文直播

官微对活动进行独家图文直播，在场与不在场粉丝可收获第一手爱豆资讯，吸引大波粉丝关注。



微信领取幸运号码

现场扫二维码关注柠檬来的微信公众号，领取专属幸运号，爱豆选出幸运号粉丝得奖品！



5月13日上海包场握手会+直播

媒介&执行

柠檬来的包场上海握手会，
并携手SNH48的6位偶像带
来首场新鲜直播！

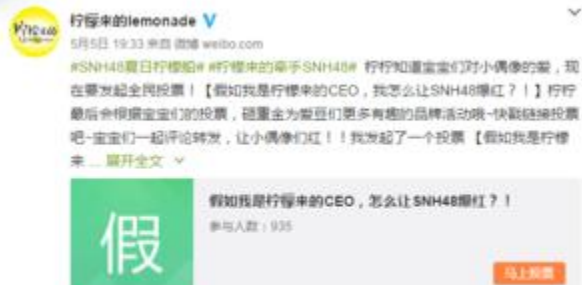
粉丝边排
队等握手，
边看直播



(*数据来源于京东直播、天猫直播、一直播、口袋48直播)

1

直播前推广：让粉丝投票决定最希望爱豆做的事，由粉丝主导，联动直播环节，充分满足粉丝愿望！**品牌好感度大大提升**！爱豆视频+爱豆趣事爆料撩拨粉丝。



“假如我是柠檬来的CEO”投票活动，由粉丝参与打造的直播



每日一个爱豆视频为直播倒计时



6位爱豆微博直播前夕公布直播间，推广造势为直播引流

2

上下午两场直播，电商销量解锁爱豆重磅消息！直播总观看人数达**1020W**，总点赞数达**121W**，天猫+京东总销量相当于平日**80倍**。

上午：京东直播
观看次数**超1.2万**
(行业平均5000)，
点赞次数**38万+**
(行业平均约10万)



直播期间柠檬来的销量对比日常销量增长**8倍**，且带动全品类销量增长**175%**

下午：天猫直播
观看次数**超3万**
点赞次数**30万+**



柠檬来的销量增加**280%**，带动天猫旗舰店**全品类销量增长51%**

6月11日成都见面会

壕气征集UGC，话题榜冲上TOP13

成都见面会设置三大奖项赢kindle！粉丝狂现场发微博，利用粉丝UGC力量传播，在**无推广资源**的情况下，话题冲上明星榜**Top13**！



粉丝返图**二次传播**见面会，收到**50+UGC**

官微独家图文播报，粉丝自发直播带来5万观看



现场关注微信抽赠饮+领幸运号抽奖，双重福利狂吸粉

见面会现场设置互动，现场扫码抽赠饮，还能领取幸运号码等爱豆翻牌赢礼物，为官方微信**吸粉超1千**！



3

MV打榜策略：撩拨粉丝 步步解锁独家MV

媒介&执行

SNH48《夏日柠檬船》MV引爆SNH48粉丝圈，柠檬来的合作SNH48MV推出**品牌版MV**，柠檬来的品牌信息自然植入MV，**10s版、15s版、30s版、1min版、6min版**逐步被粉丝解锁

【独家泳装照】
火爆预热MV即将上线

【15s OTV上线】
8大视频网站上线，
粉丝蹲点截屏打卡，
制作Gif解锁30s

【30s真爱版】
粉丝看MV答烧脑
问题

【1min骨灰版】
烧脑问题升级

【6min完整版】
贴热六一儿童节，圈出MV
中最想要的礼物，柠柠送
最新鲜的儿童节礼物！

5.16



5.17



5.18

视频链接：<http://www.miaopai.com/show/b2VvK1skSPUIxypZq6weVu26bO-xIdqB.htm>



5.30

视频链接：<http://weibo.com/tv/v/F5xhFoRo2fid=1034:2bade98df606ca8cea28f9342aa5bd79>



5.31

视频链接：<http://weibo.com/tv/v/F5GPVFULP?fid=1034:0aa5e586f73cbedefe8f9f001b1882f4>



柠檬来的官方微博达成 **636,000** 阅读量；**9,379** 互动量

【30s真爱版】
粉丝看MV答烧脑
问题

视频链接：<http://www.miaopai.com/show/b2VvKkIsKSPUIxypZq6weVu26bO-xIdgB.htm>



【1min骨灰版】
烧脑问题升级

视频链接：<http://weibo.com/tv/v/F5xhFoRo?fid=1034:2bade98df606ca8cea28f9342aa5bd79>



【6min完整版】
贴热六一儿童节，圈出MV
中最想要的礼物，柠柠送
最新鲜的儿童节礼物！

视频链接：<http://weibo.com/tv/v/F5GPVFULP?fid=1034:0aa5e586f73cbedefe8f9f001b1882f4>



粉丝反复看MV，品牌强曝光

媒介&执行

微博-看口型猜爱豆说什么

#SNH48夏日柠檬船# 宝宝们~后天即将公布【1min骨灰版】SNH48泳装广告片~素不素很激动！ What?听说雪儿在MV时偷吃了一口柠檬，之后她到底说了啥？快看视频，看雪儿口型，在评论区敲答案~柠檬柠檬抽1位答对宝宝，送上柠檬T恤！ 秒拍视频



收藏 69 97 54

菲你莫属的小迷妹 #snh48夏日柠檬船# #柠檬来的高手snh48# 小怪兽说的一定是啊~好酸(爽) 酸酸甜甜的柠檬吃一口一定很爽啦 不过打开新鲜柠出新点子的柠檬来的喝起来更酸爽

一修-Cwx 差点给官博喜死，过着马路逼我研究视频

MV独家花絮趣味放送，粉丝边看边玩，关注镇守柠檬来的微博等MV！

微博-柠檬来的新鲜小剧场

柠檬来的lemonade 6月13日 21:44 来自 专业版微博

#SNH48夏日柠檬船# 柠檬来的xSNH48新鲜小剧场开始大征集！在MV 网页链接 中任意截取配文，改编成最脑洞大开的小故事，柠檬会选中3位宝宝，各送出一箱【一箱柠檬来的】！柠檬先开个脑洞：婷婷你划海这船竟然是因为.....你猜到了吗？宝宝们不服来战！

收藏 16 21 48

MV截图+文字拼漫画小故事，有趣好玩引粉丝纷纷点赞，反复看MV脑洞大开产生高质量UGC！

微信-看MV赢门票

SNH48泳装MV正式曝光，你的智商还在吗？
5月30日



返回 柠檬来的Lemonade

哇？光看MV不过瘾
还想和爱豆面对面零距离接触？
柠檬满足你！！

6位爱豆已经向你发起挑战：
答对5道关于MV内容的烧脑题
宝宝就有机会抽奖赢取

柠檬来的 x SNH48成都见面会门票

Wow~欢迎这位宝宝已接受SNH48的《夏日柠檬船》大挑战！看【1min骨灰版MV】，答对这5道烧脑问题，就可以获得抽奖机会，赢取SNH48x柠檬来的【成都见面会门票】啦！每个宝宝都有1次抽奖机会呢~（温馨提示：宝宝可以随时戳最新推文看MV再回答哦~）请听题：
第1题：黄婷婷用小船想载谁的脸呢？
A. 翩翩天際の严屹君
B. 聪明伶俐的邵雪聪
C. 活该可爱的宋昕冉

答对了~婷婷载的就是冉冉的可爱的小脸啦~然不要骄傲哦~
第2题：小怪根彩色绳线？
A. 5根
B. 4根
C. 3根

新鲜柠檬队 3少
看MV赢门票
8城PK见爱豆

柠檬后 约定时 发行啦

连续答对5道MV烧脑问题赢见面会门票，粉丝反复看MV找答案。20张内场票达成 7125互动量。

MV全网广曝光，品牌信息高频露出

媒介&执行



12大视频网站同步上线，播放量超3254万！

话题阅读量1.5亿

MV登上亚洲新歌榜Top7

推广渠道	视频播放数据
新浪、 搜狐 、 网易云 、 腾讯 、 凤凰 、 爱奇艺 、 PPTV 、 优酷/土豆 、 乐视 、 芒果TV 、 Bilibili 、 酷6 （文字超链接）	177W+
贴片广告（截至6月1日）	2400W
新浪娱乐 （文字超链接）	475W
柠檬双微（包括KOL）	201.9W
合计	3254W+

粉丝自制GIF表情包，好评不断

路人内也是包子
#snh48夏日柠檬船# 我就爱柠檬来的！我真的很爱柠檬来的了，比心@柠檬来的lemonade

CamillaFair #宋昕冉# #柠檬来的牵手snh48# 火辣的身材，热烈的阳光☀️夏天来啦，一起柠檬来的🍋
5月16日 21:24

冬菇茶茶 #捷星折桂黄婷婷# #黄婷婷夏日柠檬船# 七种柠檬元素的东西。❤️多一份关注多一份分享 多一份用心 感谢品牌一直以来带给粉丝们有趣的博文和这么好的福利 茶茶真诚的感谢❤️可爱又乖萌的小茶来扩散支持 祝品牌粉丝多多人气多多 @霸王师匠 @茶菇沫沫 @蜜桃小可丽
6月4日 21:54

携手泛娱乐KOL炒作，产品POD覆盖广泛群体

为了传播柠檬来的品牌信息，有趣地带出柠檬来的“鲜”的产品POD，于是持续借助《夏日柠檬船》MV的热度，创作“阿根廷大柠檬”在MV中变成“柠檬来的”的鲜爽故事，传递柠檬来的“鲜”的产品特点。

1 引爆：MV删减片段流出

柠檬来的微博爆料SNH48MV有人被删戏份，扬言放出删减片段引发粉丝围观！



2 高潮：鲜萌大柠檬抢镜被围观

柠檬来的联手泛娱乐KOL以娱乐八卦噱头放出MV删减片段，吸引粉丝以外的广泛群体关注，全民聚焦关注抢镜的“玩命的大柠檬”，鲜萌形象深入人心！



3 延续：全民脑洞玩命鲜招

SNH48黄婷婷发起招募“玩命鲜招”，粉丝的“鲜爽”UGC将被实现画出来，粉丝参与互动开脑洞，品牌POD强势洗脑。



6min 广告版MV

播放量从3,000 增至 **177W**
(增长**590**倍)



夏日柠檬船

177万观看

32

207



7000+ 转发评论

粉丝脑洞“鲜”招频出

- Wk青冰: 柠檬来自阿根廷,她一定是在飞来中国的空中,打开窗户去尝风景,结果因为气流压强太低,外界与体内压强差过大,自己原地炸开,变成新鲜柠檬汁,变身柠檬来的,飞到TT手里,TT签下名字,再飞到我的手心。哈哈哈哈哈~
6月21日 21:39 回复 | 5
- 海狮拍手PaPaPa: 柠檬因为太可爱了被我和黄婷婷一人一边捏脸捏爆了变成了柠檬汁
6月21日 21:40 回复 | 5
- 炎Ray2004: 柠檬见到那么好看的婷婷脸红了,体温升高水分流失就变成了柠檬来的😂
6月21日 22:00 回复 | 3
- 谁是wink苦手: 一拳打飞然后榨出来😂我们跟这个小身板可以吗(不知道带啥图就截了一个) 评论配图
我就是传说中的香蕉人👉👈: 今天阳光明媚 柠檬准备出门爬山 由于天气太热柠檬就流汗了 这时柠檬拿出自备的瓶子 将流出的汗收集 变成了柠檬来的
6月26日 20:32 回复 | 1
- ZhangDanRu: 大概就是,王总听闻阿根廷的柠檬十分的新鲜,于是就提前一个月预订了一箱销量板的打算分给成员们,可是成员加起来上上下下有近300人,这柠檬只有一箱,于是成员们为了这阿根廷运来的新鲜柠檬争的头破血流,扯头发的扯头发,一个不小心,这柠檬就“吧唧”掉到地上,摇身一变,变成了柠檬来的! 评论配图
- NEHTTIMO: 柠檬也想和婷婷见面,然后就在找婷婷的路上,被晒成柠檬来的了😂
6月22日 00:10 回复 | 5
- 塞纳河牌牙膏: 一群柠檬见到黄婷婷,被黄婷婷的美貌给惊艳到了,就美炸了,把自己榨了,就成了柠檬来的了😂😂😂😂

为变成最鲜柠檬汁, 柠柠经历了种种
粉丝纷纷表示:

心疼柠柠, 为创意点赞!

- ZhangDanRu: 柠柠好可怜,不是被打就是被炸。
6月25日 20:56
- 柠檬来的lemonade: 都是为了鲜爽的柠檬汁~
6月26日 11:48
- ZhangDanRu: 回复@柠檬来的lemonade:
6月26日 11:49
- 谁是wink苦手: hhhh心疼柠柠
- 海狮拍手PaPaPa: 嘎哈哈哈哈哈哈
6月25日 20:29
- 谁是wink苦手: 哈哈哈哈哈好可爱
6月25日 20:20
- HTT的卧蚕蚕: 天啦
6月25日 20:32
- 喜乐乐: 这脑洞,我服!!!
6月21日 21:49

微信第二季组队拼数量赢大奖，广泛快速吸粉

组20人赢【爱豆大礼包】，大大刺激粉丝欲望，组队数量越多，还能领取千元大奖！吸引非粉丝关注。

组队速报、中报同步组队赛况，**粉丝卖力组N个队**！

充分利用爱豆限量海报礼盒与爱豆同款柠檬T恤包装为【爱豆大礼包】，再次吸引粉丝眼球，加上多组队伍赢大奖的机制，**微信吸粉超1万，第一名的组队数量达32，相当于一个人带来了640个粉丝！**



柠檬队的 SNH48爱豆珍藏大礼包 组队速报

队伍名称	组队数	队伍名称	组队数
YE	6	浮生若梦不可追	1
MU呆呆	1	博	1
康宁	1	博	1
1	1	博	1
半个西瓜的甜	2	博	1
薄荷叶	2	青山·柠檬宁	1
珊瑚呀	2	林佩瑶	1
金灿灿	2	金城武	1
许大甜	2	金成志	1
张伟	2	来自·的糕	1
7脚安安?小可爱	1	蓝原穿衣	1
【k·和立	1	李芳儿	1
Acchan	1	李慧	1
Angela	1	李小米	1
baoba314	1	包子	1
Cher C	1	刘萌萌	1
GPS	1	胡成!	1
i know	1	木木·头	1
lvkon_bai	1	苹果	1
Jessica	1	企鹅P	1
kinofan	1	千禧千禧	1
LittleDou	1	青青草立队的成员	1
M	1	糖炒的鸟儿	1
Mayuyu	1	晴光	1
Rogya	1	陈	1
Secret救助	1	陈	1
SNH爱豆珍藏	1	水晶	1
Tatsumi	1	廖小美	1
wuj	1	方大刚	1
X-Lin	1	西柚柠檬糖	1
沐羽	1	廖宁	1
阿本	1	小米	1
安贝·叶梅莎	1	美研如芯	1
白痴不傻?	1	心的结晶	1
冰淇淋	1	恒大最懂你妹子?	1
谁带我回家	1	谁带我回家?	1
不忘初心	1	博	1
不止一点点的世界	1	赵VNVz	1
最近天降成私	1	正青春少年	1
橙吧·	1		
等我	1		
风谷	1		
风之谷的舞者	1		
猴的萝卜	1		

活动时间：2017年4月28日 - 7月14日

4 紧跟SNH48总决选路线，贴热年度盛事

黄婷婷总选
freestyle上热搜

挑战柠柠freestyle

一口气数48个柠檬来的，洗脑网友强记品牌！



2小时内贴热，
低成本收获
168个视频
UGC



秒拍以黄婷婷数柠檬来的
为示例发起千元悬赏
挑战一口说48个柠檬来的

微博同步剪辑爱豆数柠檬来的鬼畜视频，创新freestyle发起挑战！粉丝跟着爱豆一起玩！



http://weibo.com/6163897829/FafDU3jrv?from=page_1006066163897829_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment

粉丝正面反馈，提升品牌美誉度



7.28总决选拉票会

柠檬来的应援总决选

在与SNH48没有投票合作资源的情况下，洞察TA在总决选阶段专注“催肾”应援爱豆，推出晒应援照抢应援基金活动，进行擦边球式贴热（暗示粉丝买投票券），吸引其他SNH48成员粉丝参与活动，品牌知名度提高！



2万+粉丝
参与投票
互动



7.29总决选演唱会

贴热海报

《一路上有柠》收获粉丝**走心留言680+**，加深与粉丝的情感联系，提升品牌好感度。



品牌微信指数在7月29日比平时上涨35倍

贴热视频

趁总决选热度借助微博资源位再推品牌版MV，面对广泛群体曝光品牌，**吸引粉丝与非粉丝的关注。**



视频链接：http://weibo.com/6163897829/FeEw31IBR?from=page_1006066163897829_profile&wvr=6&mod=weibotime&type=comment

7.30-7.31总决选答谢握手会

总决选故事

以柠柠为第一人称，诉说牵手以来与爱豆的点滴故事，**并以八卦揭秘为噱头**，吸引粉丝眼球并点击阅读，走心故事粉丝纷纷支持！

和SNH48那些不为人知的故事

8月1日



在这个特别的时刻，讲一些走心的话...

红色转世 最浪漫的柠檬之约 7月29日

绿色的童话 最美不过发豆-最好不过柠檬-柠檬我爱你- 7月29日

柠檬来的握手会

贴热SNH48握手会，开启柠檬来的握手会，粉丝握柠檬来的晒照，晒照数量大幅提升至**50+**，增加产品曝光。



本阶段总曝光量2055W，互动量比日常高2倍

品牌上市4.5个月，微博吸粉5万+，微信吸粉9万+
活动效果突出，超额完成KPI！

效果&反馈

品牌曝光度

「柠檬来的微博曝光量」
3600万+

「柠檬来的微信曝光量」
7万

「SNH48官方微博曝光量」
500万

「6位爱豆微博曝光量」
227万

「KOL微博曝光量」
7490万+

「总曝光量」
11824万+

话题传播度

话题总阅读量：22229万+

话题讨论量：297.9万+

MV播放量：3254万+

(来源于微博话题：#柠檬来的牵手SNH48#、
#8城PK见SNH48#、#挑战snh48 freestyle#、
#SNH48夏日柠檬船#、#SNH48泳装MV删减
片段#)

在无媒介推广资源的情况下，柠檬来的
多次微博发起活动，引发粉丝广泛参与
互动，助推话题冲上微博热门话题**明星**
榜Top13

销量转化度

柠檬来的新品上市仅用**4个月时间**就提前完成了年度销量目标，在8城PK见SNH48阶段吸引粉丝疯狂买买买，在上海直播时当日柠檬来的电商销量**相当于平时的8倍**。

互动参与度（转评赞）

微博总互动量：157万+

平均互动量：5,241

柠檬来的微博粉丝的增长速度、互动数
远超其他竞品：

品牌名称	粉丝数	粉丝净增数	粉丝增长幅度	新增数	净评数
1 饮料领导品牌	38.2万	7351	12.00%	369	36.5万
2 柠檬饮料品牌	23.6万	2335	11.11%	83	3623
3 茶饮料品牌	19.9万	13924	15.97%	214	1.9万
4 果汁饮料品牌	9.3万	259	10.24%	111	2.1万
5 柠檬来的	5.0万	20539	117158.33%	408	154.5万

受众

柠檬来的玩转粉丝经济，与粉丝共同进退，提供爱豆周边、爱豆美照等福利满足粉丝，更举办见面会等拉近粉丝与爱豆距离，柠檬来的得到粉丝们的一致好评，成为他们心中最给力的“柠檬爸爸”，粉丝积极参与柠檬来的微博微信活动，对柠檬来的表示支持与喜爱，品牌成功把SNH48粉丝转化为柠檬来的粉丝！

客户

达能客户各部门均对项目满意度极高，对我们在粉丝营销方面的专业性深表信赖；我们充分利用并整合资源进行推广，也深得客户喜爱；帮助客户仅用4个月就提前完成年度销量目标，得到客户多次表扬认可。

行业

柠檬来的微博活动多样化时常被其他品牌效仿，其他品牌学习参考我们悬念竞猜公布合作的套路。