

桂源铺三步打造O2O爆款养成营销

- ◆ **广告主**：桂源铺
- ◆ **所属行业**：餐饮/食品
- ◆ **执行时间**：2016.12.8-2017.01.24
- ◆ **参选类别**：互动体验类

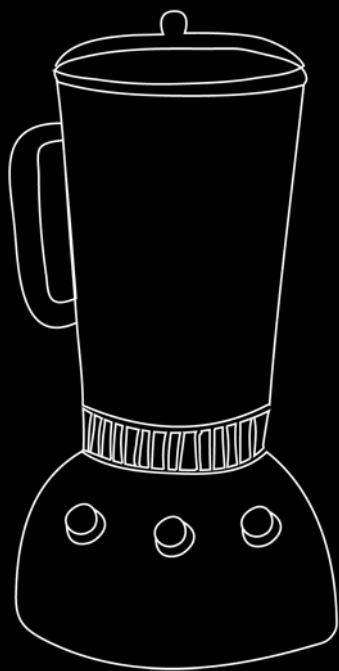


● 营销背景及目标：

在2016年冬季，桂源铺推出冬日创新特饮--茶卡布系列，以新鲜牛奶和风味纯茶搭配，将西式制作工艺与中式茶饮文化结合。希望利用美团点评强大的吃货消费场景和消费闭环，实现：

提升茶卡布品类知名度，了解茶卡布产品理念内涵，提升用户体验感知及喜爱度，打造奶茶界新网红。

【挑战】



桂源铺推出茶卡布系列产品，采用中茶西做新玩法，采用高科技机器打奶泡，使得奶泡比奶盖的气孔更细腻，口感更加顺口，冲击传统奶盖，打开新市场。

挑战：

茶卡布品类新，知名度及口碑不够，用户能否感知茶卡布特色并热衷追捧，是本次营销的难点挑战。

活动策略与创意

【三步打造爆款O2O养成营销】



精准人群互动体验造势

精准定向茶饮爱好人群传播，策划线上创意互动体验茶卡布工艺，深化用户感知及新品知名度传播，同时发券引流门店。

吃货领袖口碑营销助力

召集平台优质会员进行线下品鉴，借势吃货领袖口碑助力爆款打造，助力茶卡布知名度、美誉度提升。

海量吃货覆盖刺激转化

借势平台黄金栏目进行发券，覆盖海量吃货受众，通过优惠刺激引导门店线下体验。

活动执行内容

线上互动造势体验茶卡布文化



点击开启体验



选择茶卡布系列新品制作



摇一摇鲜奶制作奶泡



完成制作“茶卡布”

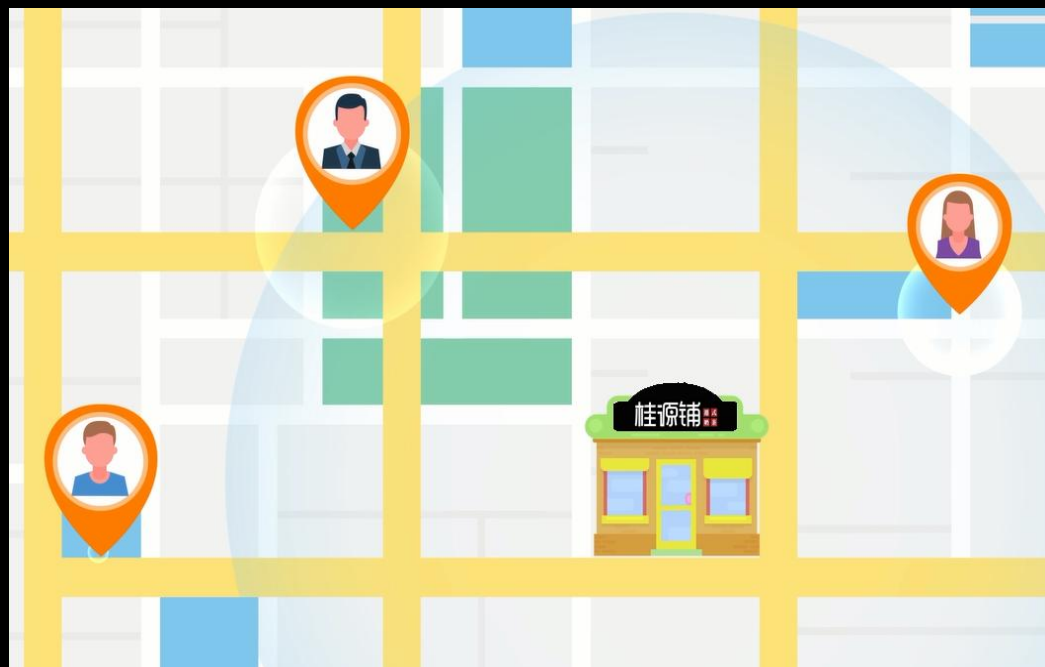


获得新品券线下兑换

活动参与数：171,650次，共发券131,288张

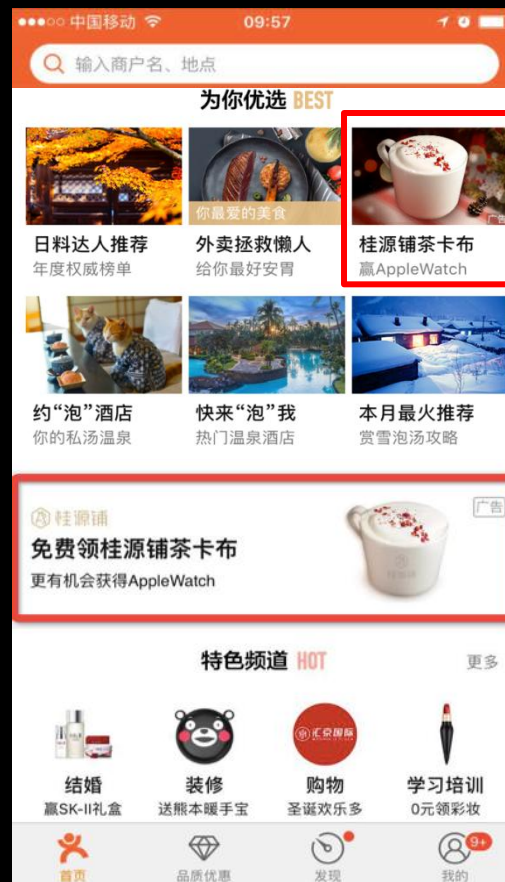
活动执行内容

精准触达茶饮爱好者参与体验



LBS精准推送桂源铺门店周边搜索过“奶茶、桂源铺”等关键词用户

广告位总曝光数：3,361,309次



大数据精准兴趣受众触达



忠实粉丝用户直达锁定

活动执行内容

吃货领袖口碑营销助力爆款打造

茶卡布奶茶线下品鉴报名，优质会员点评积累口碑

桂源铺港式奶茶 - 双人饮品套餐免费抢

活动商户: 桂源铺港式奶茶(茂名北路店) 其他5家商户

活动地址: 同商户地址

活动时间: 12月17日(周六) 到 12月31日(周六)

活动名额: 200个 支持pass卡 (剩余1个) **报名已截止**

37244人报名 | 128868人关注

分享: [Social sharing icons]

试吃体验活动点评

第二次抽中霸王餐啦，赶在活动有效期的倒数第二天打算去体验一下，结果被告知公司楼下那家居然不参加，仔细一看果真，所幸人广的这家离开也不远，想想决定去了，1号线16号人民公园出口出来就是。店铺不大，但是生意超好的，堂吃外卖不断，告知收银的姑娘是霸王餐的，马上就下单了，鸡蛋仔是现做的，稍许等了一会儿，各种香味扑鼻，感觉这家店柠檬的品质很不错，大颗新鲜，东西我都是打包回家吃的，有点凉了，还是影响了点口感，鸡蛋仔我用微波炉重新加热了一下，软软的有些嚼劲，不是很甜微苦，有巧克力的味道很不错，柠檬茶酸甜味刚刚好，玫普茶卡布不很甜，有种茶和奶融合的丝滑口感，稍微有点朱古力味，打开一看有一个普洱玫瑰的茶包，很好的一次霸王餐体验，感觉店里东西都蛮健康的，不会甜的腻人，原料的品质也很不错，以后会去尝试其他产品的。

试吃体验活动点评

再次感谢大众点评让我抽中桂源铺的霸王餐。周六正好跟小伙伴一起去大光明看电影，五点半左右到了桂源铺人民广场店，店面很大，环境也不错，已经不少人坐着了，人气蛮旺的样子。之前一直喝桂源铺的招牌特调奶茶，因为更喜欢奶奶的味道，这次是第一次喝热柠茶，出乎意料的好喝，小伙伴喝的玫瑰普洱茶卡布也不错，特别要说一下鸡蛋仔，虽然先做要稍微等一下，但真的特别特别香，朱古力味道也特别浓，一口下去很有满足感，以后还会再买来吃！

喜欢的菜: 招牌特调奶茶

01-04 桂源铺港式奶茶

试吃体验活动点评

新年第一篇点评...感谢点评和桂源铺赐予的霸王餐...真是冬日里的一股清新暖流啊~

地理位置绝佳...人民广场地铁站3号口一出来就能看到...来福士对面...

店里布置挺港式的...去的时候客人好多，还有很多外卖叔叔...生意好的不得了...店里也有些小餐桌小餐椅...可以堂吃歇歇脚...

【玫瑰普洱茶卡布】类似奶茶，很细腻很丝滑的口感...里头直接是个茶包...玫瑰的香气刚刚好...热热的时候好喜欢~

【热柠茶】新鲜的柠檬片...味道很纯正~

还有一个【朱古力鸡蛋仔】现点现做的...服务也挺不错...很棒的饮品店~

喜欢的菜: 朱古力鸡蛋仔 玫瑰普洱茶卡布

01-01 桂源铺港式奶茶

共37,244人踊跃参与报名茶卡布线下体验

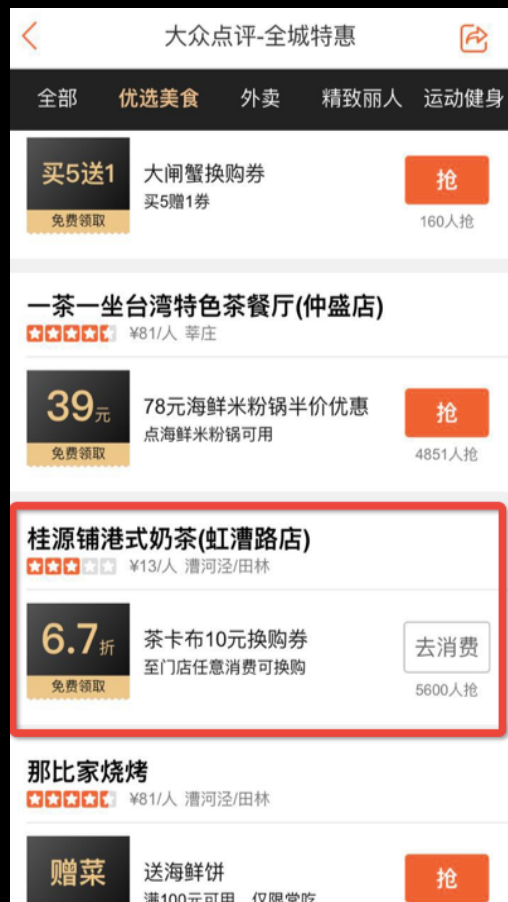
活动执行内容

海量吃货覆盖黄金入口发券刺激转化

APP首页黄金资源入口“全程特惠”海量发券



商户页全面覆盖红包社交发券



活动期间共发出茶卡布优惠券：10,158张

活动执行结果



数十万用户参与 掀起茶卡布体验潮

定向奶茶兴趣受众，线上互动感知体验茶卡布文化，线下招募试吃品鉴，共**17W+**人参与体验，茶卡布知名度及辨识度得到极大普及，活动共发券**14W+**张，引流门店消费体验。



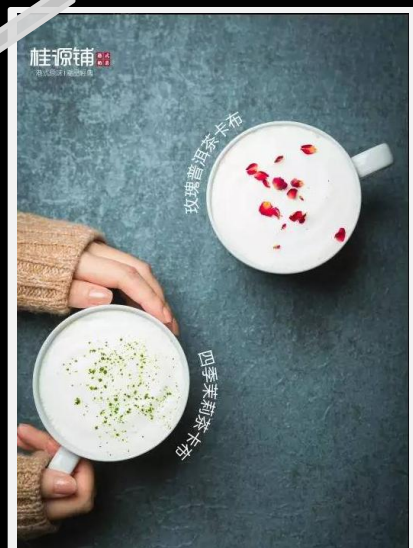
茶卡布晋升网红 关注热度攀升迎热评

活动前后桂源铺日均品牌搜索次数增长**62%**，商户页浏览量增长**45%**，品牌热度不断攀升，品牌点评数增长**17%**，累积茶卡布新品热评**四千余条**。

三步打造O2O爆款养成营销

1 体验

精准人群互动体验文化

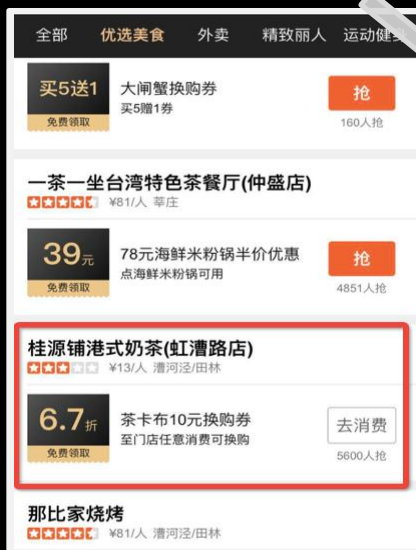


2 口碑

吃货领袖口碑营销助力

刺激

海量吃货刺激转化



海量用户参与掀起茶卡布体验潮

17W+人参与线上互动及线下品鉴招募体验, 茶卡布知名度及辨识度得到极大普及。



网红茶

爆款

给赞

茶和奶盖的融合一点也不违和



茶卡布晋升网红热度攀升迎热评

活动前后桂源铺日均品牌搜索次数增长62%, 商户页浏览数增长45%, 品牌点评数增长17%, 累积茶卡布新品热评四千余条。