Top Mobile Awards

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

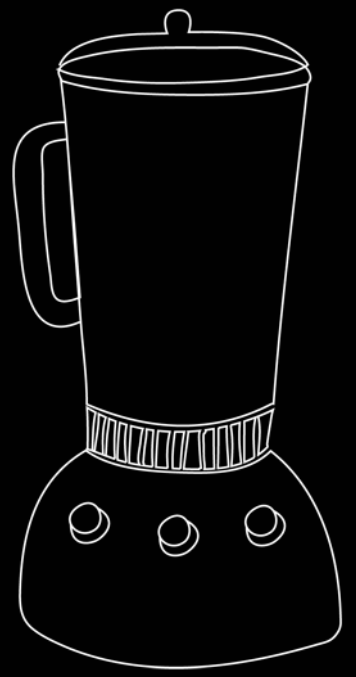
营销背景及目标：

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。

桂源铺 港式奶茶

【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】

体验

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。

口碑

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。

刺激

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

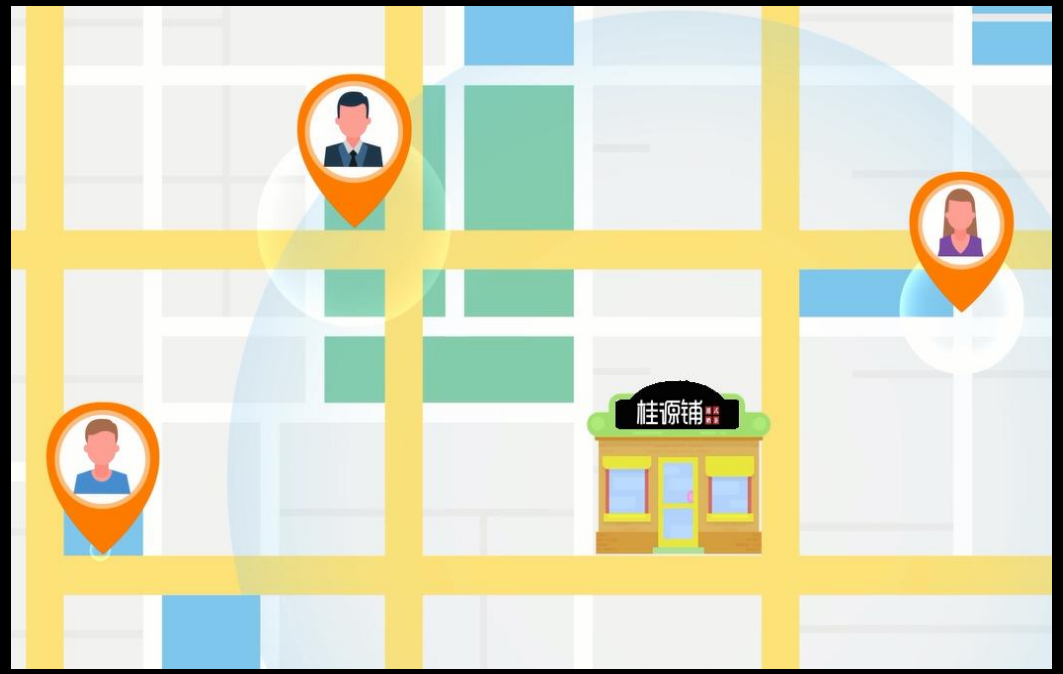
完成制作“茶卡布”

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

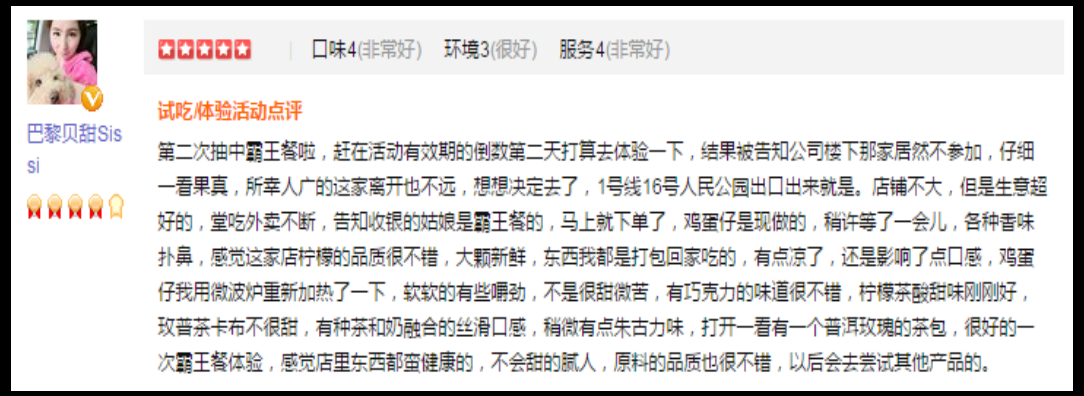
大数据精准兴趣受众触达

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

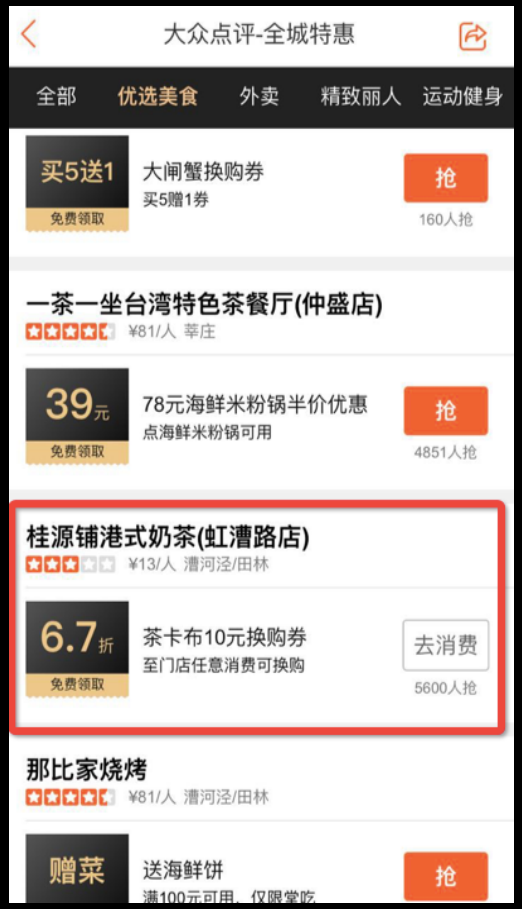


共37,244人踊跃参与报名茶卡布线下体验

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。

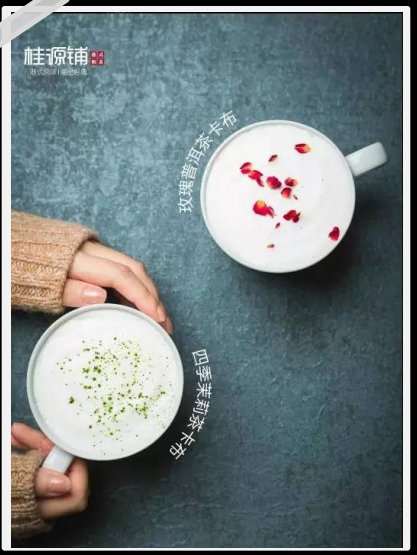
茶卡布晋升网红关注热度攀升迎热评

活动前后桂源铺日均**品牌搜索次数**增长**62%**，**商户页浏览数**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

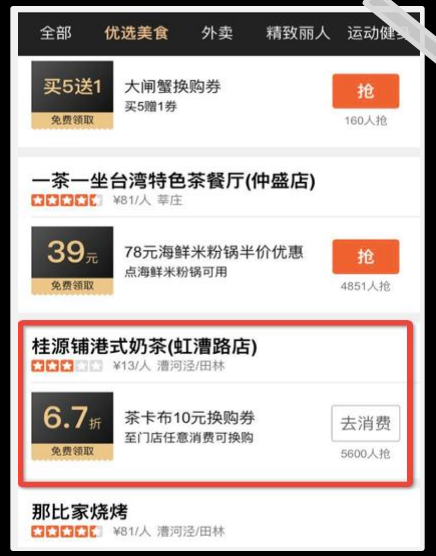


2 口碑

吃货领袖口碑营销助力

3 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。

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**。