

竹叶青2016春茶上市整合营销案例

- ◆ 广告主：四川省峨眉山竹叶青茶业有限公司
- ◆ 所属行业：快消品
- ◆ 执行时间：2016.03.10-2016.04.30
- ◆ 参选类别：媒介整合类



Top
Mobile
Awards

背景&目标



策/略/背/景

2016竹叶青春茶上市，以成都为主，辐射北京等一线城市，在公关和Digital方面，联乘各界品牌及媒介渠道，紧抓目标受众，实现目标受众全天行为轨迹全覆盖，深刻建立消费者对于“中国至美绿茶=竹叶青”的直接联想。同时，持续固化“春天，从一杯竹叶青开始”的品牌诉求，使目标受众潜意识里形成“春天=竹叶青”的认同感，从而提高受众粘性，刺激关注，引爆春茶销售。

策/略/目/标

2016春茶上市第一时间，通过#绿茶之美#摄影展及#最美绿茶#晒茶等互动形式，强化消费者“中国至美绿茶”的品牌记忆度。

联乘各界品牌及媒体渠道，全天覆盖目标受众行为习惯，持续固化“春天，从一杯竹叶青开始”的品牌诉求，引发品饮热潮，最终刺激销售。





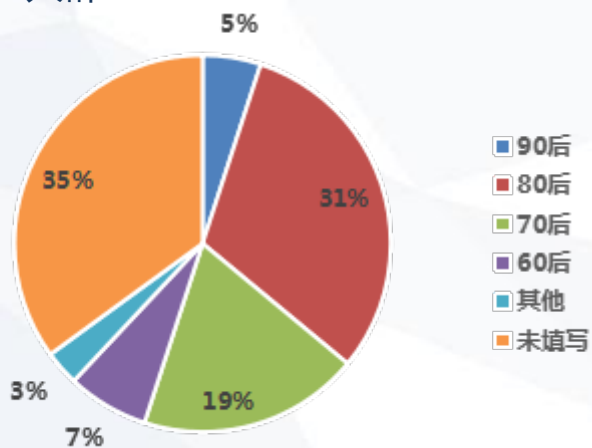
Top
Mobile
Awards

洞察&策略

核心群体洞察

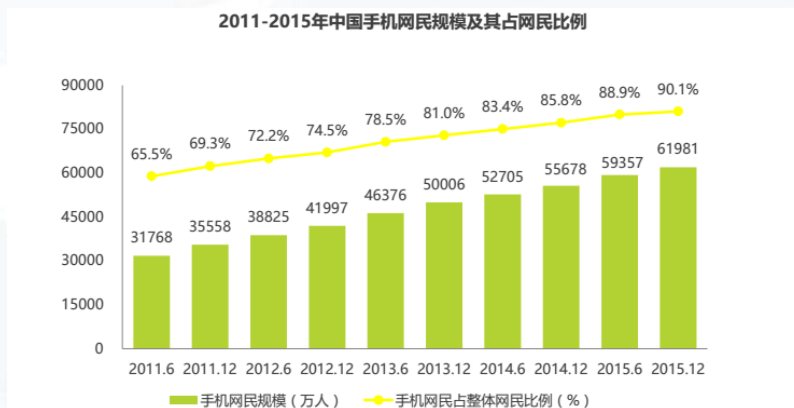
1 竹叶青核心群体

CRM显示竹叶青茶的核心群体主要为75-85人群



2 核心群体偏好

核心群体使用习惯向移动端转移，且移动端使用粘性增强



3 目标受众切入点

用户对于广告的认知更加趋向于及时性感受，内容、创意及展现形式均可在短时间内形成影响



结论

- 通过洞察分析，竹叶青的核心群体为互联网重度群体，其使用习惯逐渐向移动端转移，同时
- 以及时传播的形式全天覆盖目标受众行为更易被接受。

TA轮廓

75-85年人群

关注品质生活

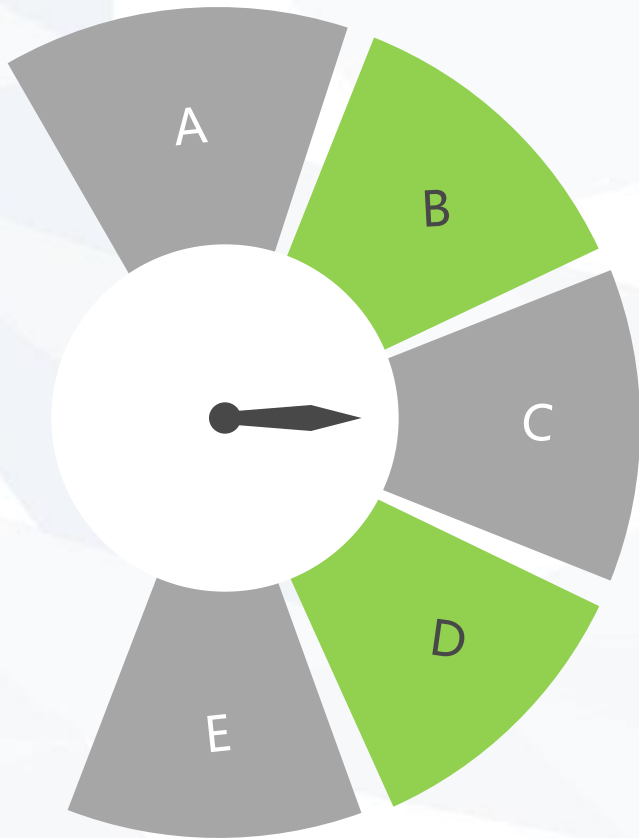
品牌意识强

移动互联网重度群体



传播策略

紧抓目标受众在移动互联网的使用粘性，充分利用移动端，联合品牌及媒介渠道，360度贴合用户移动生活轨迹实时曝光品牌活动及产品信息，激发潜在购买，刺激春茶销售。



A

7:00-8:00 早间新闻阅读高峰期，通过**新闻APP**植入品牌活动



B

8:00-9:00 晨间出行乘坐**神州专车**，领取竹叶青限量小茶盒



C

9:00-15:00 白天时段竹叶青**朋友圈广告**任性派茶提示购买



D

15:00-17:00 惬意午后联手博舍酒店谧寻茶室推出**联名款下午茶**



E

21:00-24:00 晚间阅读时间联动**微博微信**实现竹叶青春茶信息

早间新闻阅读高峰期

- 联合热门新闻APP传播春茶上市，曝光品牌活动

晨间出行时段

- 携手神州专车iBeacon推出#一键约泡#最美茶艺师H5页面，领取限量小茶盒及尊享竹叶青乘车优惠券

白天休息时段

- 在微信朋友圈投放派茶和买赠活动广告，精准定位目标受众

春天从一杯竹叶青开始
让它时时刻刻在你身边



惬意午后时光

- 联手成都博舍酒店谧寻茶室打造首个中式下午茶，推出“一封来自春天的邀请函”H5页面，邀请目标受众收集#至美绿茶#碎片，心享最美下午茶时光

晚间阅读时间

- 病毒视频传播
- 春天开门七件事GIF海报传播



Top
Mobile
Awards

媒介&执行

早间阅读高峰，新闻APP覆盖

- 晨间新闻阅读高峰期，联合今日头条、凤凰新闻、腾讯新闻、网易新闻等多家热门新闻APP，发布新闻扩散品牌活动及信息，新闻点击**20余万次**，曝光量**7,000余万次**。



出行乘坐神州专车，行程承包

- 与神州专车iBeacon技术合作，开展#一键约泡#最美茶艺师活动，乘车鲜享**40,000**份春茶厚礼及**5,000,000**份竹叶青春茶专属乘车优惠券，引发热议及参与，刺激北京地区春茶销售。

联名合作海报：借助明星效应，引爆活动关注度



#一键约泡#最美茶艺师视频：全城热议，点击率达6w



请扫描右侧二维码观看视频：



白天时段朋友圈投放，引爆关注参与

- 白天时段，利用微信朋友圈大数据优势，精准定位核心群体，联合京东及微信朋友圈投放派样及买赠活动，吸引受众热情参与，截止活动当天下午17:00, **9,000**余份茶礼被领取一空。

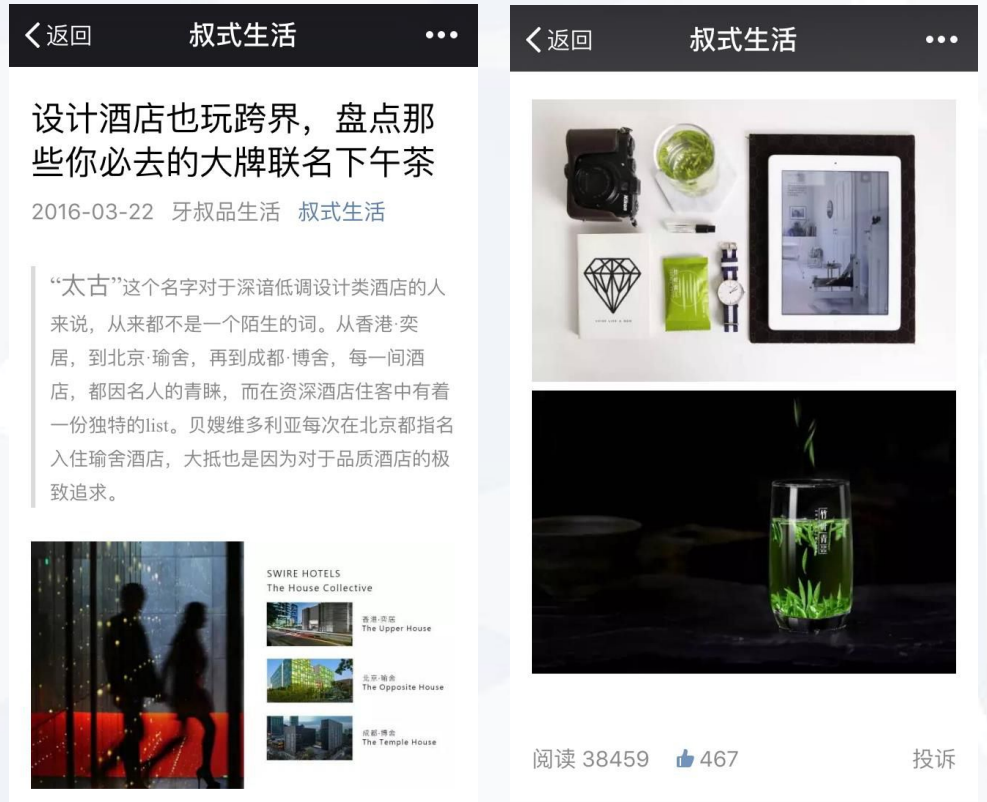


惬意午后，体验中式下午茶

- 与成都博舍谧寻茶室打造成成都首个中式下午茶，邀约全城品饮最美午后时光。全国时尚达人“小金牙”、知名风尚媒体“爆米花报告”“幸会”及本地时尚达人等发布品质稿，扩散活动，将受众从线上引流至线下，单条阅读量接近**4万次**，点赞接近**500次**。

联名中式下午茶发布会现场：风尚自媒体热情关注参与

时尚达人盘点分下高端下午茶，曝光品牌合作



微博微信内容整合，强化品牌诉求

- 晚间阅读时间，联合微博微信进行内容整合，推出#春天开门七件事，柴米油盐酱醋茶#GIF海报和#我想喝春茶#病毒视频，以诙谐有趣的方式强化品牌诉求，引发网友情感共鸣。

#春天开门七件事，柴米油盐酱醋茶#GIF海报



#我想喝春茶#病毒视频



请扫描右侧二维码观看视频：





Top
Mobile
Awards

效果&反馈

- #我想喝春茶#视频,腾讯视频阅读量为**3.1w**
- #一键约泡#最美茶艺师视频, 腾讯视频阅读量为**6.0w**
- #最美绿茶#微博话题, 阅读量为**131.5w**



The screenshot shows the Weibo topic page for #最美绿茶#. The header features a glass of green tea and the topic name. Below the header, there are tabs for '话题主页' (Topic Home), '图片墙' (Image Wall), '主持人推荐' (Host Recommendations), and '话题榜' (Topic Ranking). The '话题主页' tab is selected, displaying a introductory text about the topic and a table of statistics. The statistics table shows 131.5万 (1,315,000) reads, 2907 discussions, and 22 fans. The '话题主持人' (Topic Host) section lists '竹叶青茶' (Zhu Ye Qing Tea) as the host, with a verified account and a bio mentioning '精选峨眉山脉特定产区' (Selected specific production area of Emei Mountain).

话题名称	阅读量	讨论	粉丝
#最美绿茶#	131.5万	2907	22



The top screenshot shows a video player for a video titled '史上最作动作短片，竟然不是MUJI广告？！'. The video player interface includes a progress bar, a share button, a download button, and a '用手机客户端看' (Watch on mobile app) button. A red box highlights the '3.1 万次播放' (3.1 million views) text in the bottom right corner of the player.

The bottom screenshot shows a video player for a video titled '北京约PAO美女，朝阳群众怎么不管了'. The video player interface includes a progress bar, a share button, a download button, and a '用手机客户端看' (Watch on mobile app) button. A red box highlights the '6.0 万次播放' (6.0 million views) text in the bottom right corner of the player.

- 利用全国热门KOL助推品牌品牌内容及活动，提升品牌知名度，利用其影响力和传播力度，使得品牌信息保鲜度持久，刺激网友积极参与互动。

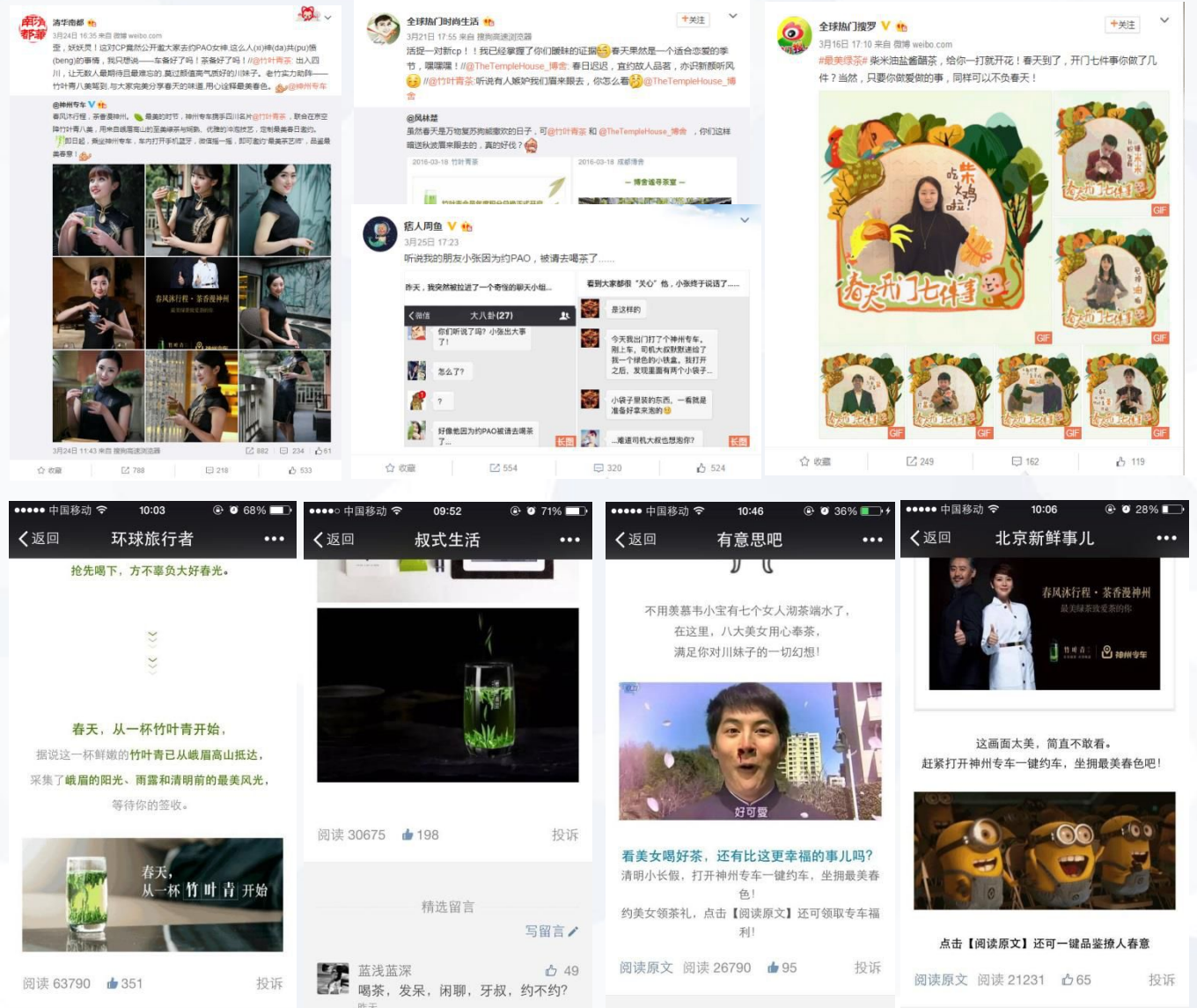
实际影响人数

50,071,565人次



目标影响人数

50,000,000人次



- 通过多形式多品牌多媒介联动的营销推广方式，品牌知名度大幅提升。
- 春茶期间，竹叶青茶京东旗舰店类目**TOP1**，销售额增幅达到**105%**
- 春茶期间，竹叶青茶天猫旗舰店类目**TOP5**，销售总额增幅达到**45%+**
- 春茶期间，微博粉丝增长**9,000+**
- 春茶期间，微信粉丝增长**4,600+**

热卖商家TOP榜单

排名	商家名称
1 HOT	竹叶青旗舰店
2 HOT	打鼓岭官方旗舰店
3 HOT	泥巴哥旗舰店
4	特蕾旗舰店
5	谷韵韵茗茶官方旗舰店

行业: 绿茶 品牌: 竹叶青

整体情况

品牌行业分布

热销店铺排行

热销宝贝排行

买家购买分析

市场成交规模

排名

5

成交金额

成交人数

8,743

环比增幅

45.01% ↑

环比增幅

47.71% ↑

京东旗舰店

天猫旗舰店