



农夫茶Tencent MIND 案例展示



农夫茶“梦幻爱情世界”在线社区主题营销



QQ空间 LIFE年L (情感)季热点活动 立即抢夺L密匙

立即登录! 登录 报名参加

梦幻爱情世界

——让我们爱吧

在爱情的梦幻国度有着世界上最纯美的爱情……你能找到属于你的真爱么……[了解更多](#)

最浪漫情侣榜 (每小时更新一次)

① “” 梦中人	& 尘嘴乱亲の	218506分
② & /Openpc	& 闪光	183921分
③ “” の五少の	& “”	170807分
④ “” 树上猪	& “” 猪上树	163360分
⑤ Mr. 雷	& “” Jié“Q	157958分
⑥ 林子	& 路子	94230分
⑦ 晴天行雷	& ~天下无双~	75588分
⑧ 乡下男友是	& (少佬wǒ	69169分
⑨ 爱你	& 相信我	40595分
⑩ f+天地正	& 清舞♀星辰	35944分

公告栏

- 七夕献礼! 8月19上梦幻爱情珍宝岛兑奖有惊喜!
- 梦幻爱情城堡闪亮登场! 浪漫相约, 情书牵手! 现在就进城堡约会最爱的她吧!
- 梦幻爱情世界珍宝岛第五期兑换活动已结束
- 梦幻爱情世界“积分抢奖品”第3周获奖名单

梦幻爱情世界Club

人生如梦, 爱情如茶……
梦幻爱情世界Club全新上线!
分享你的情感, 倾听她的思绪!
标榜你的爱情主张!

[立即发表评论](#)

[进入农夫茶品牌空间](#)

- 推广目标: 通过富有吸引力的主题和内容拉近品牌与消费者的距离, 增进农夫茶在用户心目中的美誉度, 提升线下销量
- 推广方式: 以Qzone为平台, 同时建立具有粘度的积分制“爱情世界”主题社区, 让用户在此社区内与品牌互动后来产生积分, 腾讯虚拟奖品的刺激来促进“虚拟产品兑换”
- 体验过程: 购买农夫茶—注册会员—社区互动—累计积分—兑换各种奖品

- 1 **Measurability** 可衡量的效果
- 2 **Interactive Experience** 互动式的体验
- 3 **Navigation** 精确化的导航
- 4 **Differentiation** 差异性的沟通



► Measurability 可衡量的效果



与传统媒体相比，互联网媒体可在技术上对活动效果进行跟踪和数据统计，明确每次推广产生的效应

农夫茶品牌空间



- 3个月历史访问人数：超过**560万**,平均每天5.6万
达成品牌认知度（有多少用户看到品牌）
- 3个月历史浏览量：超过**2200万**,平均每天22万
达成品牌曝光度（有多少次机会提升用户品牌偏好）

梦幻爱情世界

社区合作数据	数据截取时间	社区数据效应
首页PV: 14,500,353	数据2007.6.11-2007.8.31	达成品牌曝光
注册用户数: 1,899,872	数据2007.6.11-2007.8.31	完成品牌与用户的联系
条形码兑换人次: 71,002	数据2007.6.11-2007.8.31	促进用户产品购买
积分兑换人次: 17,030	数据2007.7.17-2007.8.20	影响用户消费习惯
游戏人次: 6,374,198	数据2007.6.11-2007.8.31	增进品牌了解及好感度
配对人次: 17,158	数据2007.8.9-2007.8.31	体验过程形成用户群体

► Interactive Experience 互动式的体验



通过社区化营销对用户活跃度的优势，以各种符合品牌诉求的网络活动与线下产品销售捆绑在一起，从而有效拉近消费者与产品间的距离



积分兑换岛

- 输入购买产品获得的条形码获得积分



梦幻爱情城堡

- 浪漫情侣配对，用户亲身体验爱情的主题，赢取爱情之旅



农夫茶梦幻爱情世界



清新柠檬岛



幽香茉莉岛



鲜醇绿茶岛

- 根据产品特点分别设立的会员版块吸引消费者进行注册入住



珍宝岛

- 购买产品及参加农夫茶活动，累积梦幻爱情世界积分在此兑换丰富的奖品



开心万像城

- 参与农夫茶小游戏获得的积分奖励可兑换奖品

► Navigation 精确化的导航

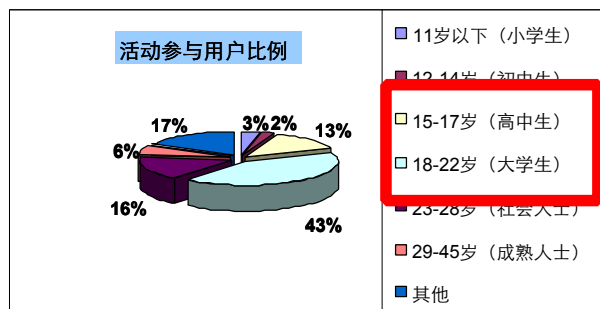


对于品牌所需推广到的目标受众，以及促销的基础渠道，在互联网上实现更有针对性的精准化解决方法，从而更有效实现推广目的

精确到年龄

年龄	人数	年龄	人数
14	39534	21	178103
15	52857	22	134008
16	350167	23	91281
17	134839	24	61473
18	239866	25	47223
19	206319	26	26431
20	268251	27	13323

注册用户重度集中在16-24岁，与农夫茶受众完全吻合

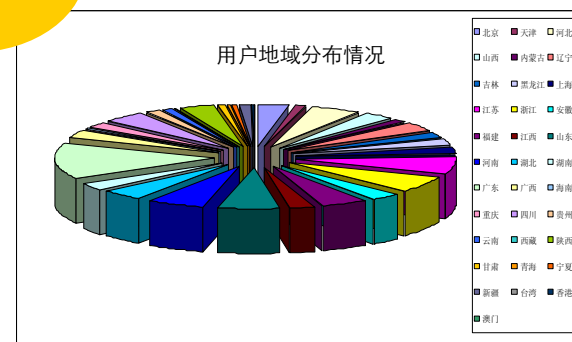


- 腾讯Qzone平台的用户构成决定了其聚集了大量的农夫茶目标消费群体
- 活动推广中精准覆盖到了农夫茶的目标受众人群

注册数前5城市

省份	人数	比例
广东	272357	14%
江苏	128360	7%
浙江	123811	6%
山东	118320	6%
河南	114362	6%

精确到地域



基本与产品铺货渠道相符

► Differentiation 差异性的沟通



让用户接受到与其他品牌具有差异化的诉求，通过符合消费者的有效沟通方式使广告主的核心品牌价值得以最大化传播



包含用户最喜爱的要素

融入农夫茶品牌内涵

超强的互动性和参与度

博客、交友、表现

缘分、爱情、勇气

竞争、社区、获益

Thanks

