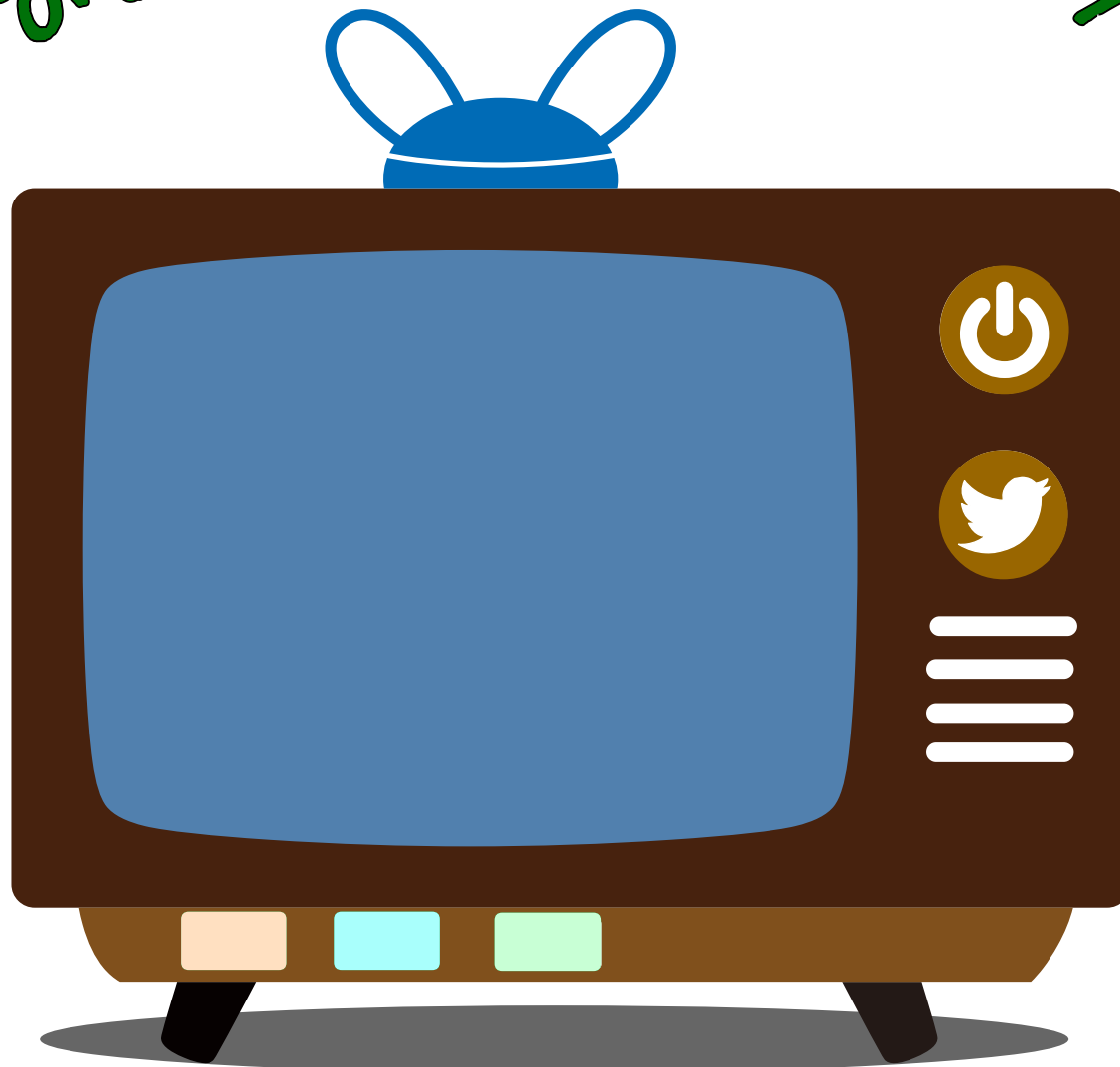


お茶猫たまの

なぞなぞTwitterキャンペーン



PART
1

はじめに（架空商品の紹介）



架空商品の紹介

商品名 KAGOSIMA GREEN TEA

価格設定 200g 500円

特徴 鹿児島産茶葉を 100%使用した緑茶。

商品パッケージについて

若年者層をターゲットにした

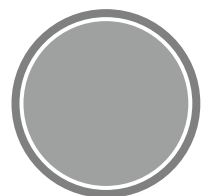
コーヒーのようなパッケージデザイン。

※販促ページではほとんどでてきませんが

より架空商品をイメージしやすいように記載しました。

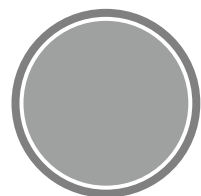
PART
2

目的・コンセプト・販促方法



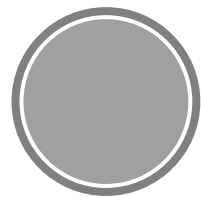
販促の目的

宣伝による商品の認知度アップ、他のお茶と差別化



コンセプト

通常宣伝ではなくお茶商品の楽しいイベント企画



販促方法

Twitter を利用したなぞなぞプレゼントキャンペーン

PART
3

ターゲットと販促の提案

課題

コーヒー、紅茶の普及で

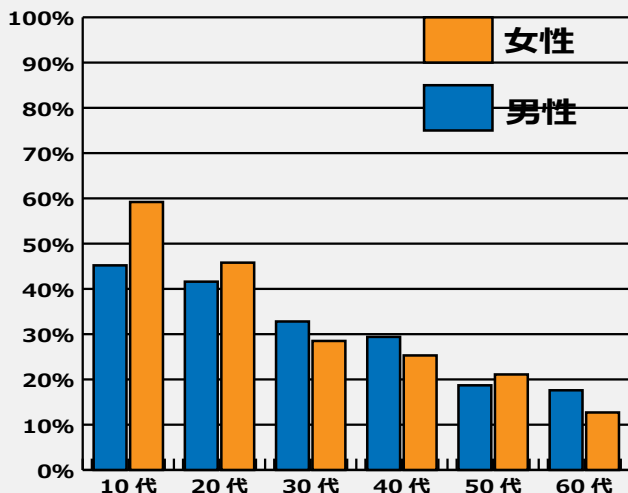
深刻な若者のお茶離れ

現状：若年者層をターゲットにした緑茶商品が少ない

そこで

提案

若年者層をターゲットにした参加者にインセンティブがある
Twitter を利用した楽しいイベントキャンペーン



インターネットユーザーによる Twitter 年齢別利用状況。
若年者層の利用率が比較的高い。



Twitter を担当する
商品キャラクター
お茶猫たま

販促における重要な お茶猫たまの役割

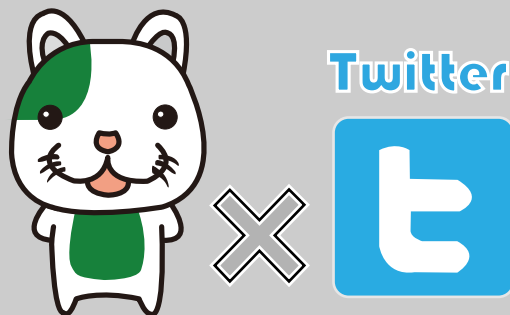
お茶猫たまの Twitter アカウントを
フォローしたユーザーに対して、お
茶猫たまがフォロワーになぞなぞを
つぶやいて正解者に架空商品である
緑茶をプレゼントする。

PART
4

なぜなぜ Twitter キャンペーンについて

● Twitter を使った商品プレゼントキャンペーンの流れ ●

1STEP



商品キャラクターのたまを
販促ページよりフォローする

効果

オリジナルキャラクターを
使用する事でエンタテイメ
ント性とオリジナリティを
出す。

2STEP



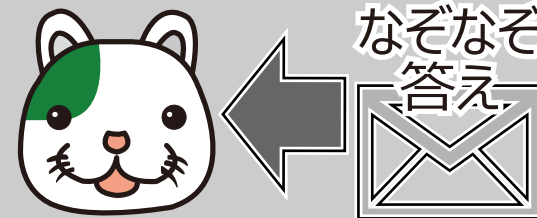
他にもゆるい
つぶやきを
するにや。

毎日1回だけ、たまが
なぜなぜをツイートする

効果

毎日ツイートする事で参加
のハードルを下げる。リツ
ートされやすいように商品
が当たるなぜなぜをツイー
トして話題性を作る。

3STEP



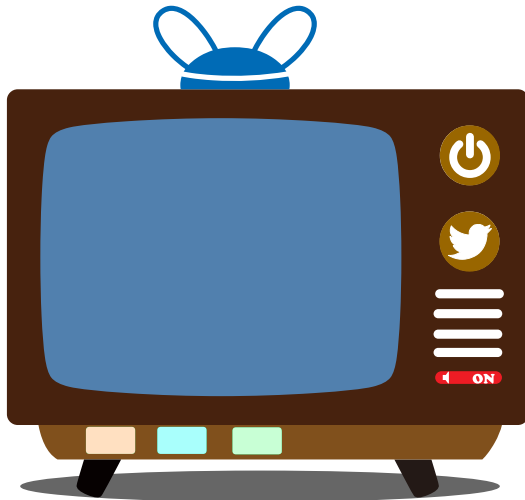
その日の内になぜなぜの答え
をたまに DM すれば正解者の
中から1名に商品が当たる。

効果

プレゼントの当選結果がす
ぐわかる事で参加を促す。
当選者は翌日 HP で発表。
参加者をサイトへ誘導。

PART 5

販促ページの説明



index ページ

販促ページの目的は、お茶猫たまのフォロー促進とキャンペーンの説明。

テレビにあるスイッチをクリックする事でアニメーションのようなムービーが流れる仕組み。

サイドスイッチ

ボタンの名前

ボタンの説明



ボタン

TV 電源ボタン

電源を入れる事でムービーが流れる。
電源が入った状態でボタンを押すと電源が切れる。



ボタン

Twitter リンクボタン

お茶猫たまへの Twitter フォローリンクボタン



ボタン

サウンドボタン

音楽を ON/OFF の変更ボタン

下部スイッチ



ボタン

商品説明ボタン

商品の紹介。お茶猫たまが商品説明する。



ボタン

キャラクター紹介ボタン

お茶猫たまの紹介。キャラクターのプロフィールなど。
フォローを促す目的。



ボタン

Twitter キャンペーン説明ボタン

なぜなら Twitter キャンペーンのやり方を説明

PART
6

バナーの説明

販促ページが遊び心があるページなのでバナーも遊び心があるバナーに。

あえて細かい説明を省いて、好奇心や興味がある人を、販促ページに誘導。



のなぞなぞ解けたら

毎日 毎日 毎日 毎日 毎日 毎日
毎日 毎日 毎日 毎日 毎日 毎日
毎日 毎日 毎日 毎日 毎日 毎日
毎日 毎日 毎日 毎日 毎日 毎日

鹿児島のお茶、当たる。

more

バナー

興味がある人をさらに詳しく知りたいと思わせる。

好奇心を持たせるバナーに興味を持つユーザーは、FLASHの演出がある販促ページも入り込める。

商品の良さや詳細を説明するのではなくて好奇心、おもしろさを表現。