



Learn more about WOMMA and how we can help you improve your word of mouth marketing program at www.womma.org.

This presentation is from:

 **Word of Mouth Marketing Summit**
& Research Symposium

The Official Event for Word of Mouth Marketing
Washington, D.C. | Dec. 12-13

 **Word of Mouth Research Symposium**
@ WOMMA Summit

Learn to Measure and Track Word of Mouth Marketing
Washington, D.C. | Dec. 11

(c) 2006 Word of Mouth Marketing Association.
You may share this presentation if it is not altered in any way.

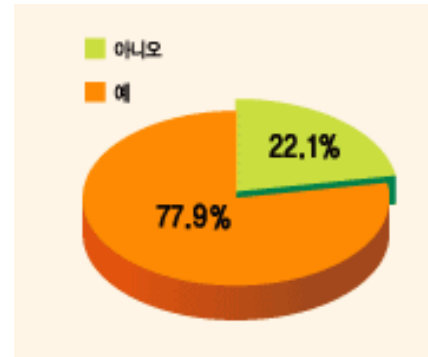
WOM Marketing Planning by the Brand Life Cycle

Brand Parenting of Consumer
(From birth to growing....)

Inus Hwang, C.E.O
AML (Advantage Marketing Lab)

The Brand parenting of Moms

- ✓ Over 80% of moms control total household spending
 - 'Before women go shopping they go CROPIng looking for Credible Opinions'
 - : Ketchum
- ✓ Very powerful networking with others
 - 77.9% of moms have an average 5.5 of community with on & off line
- ✓ Passion which wish to parent the brand as parent child of their own
- ✓ Eager to participate in communication program as a consumer
 - Even though highly-educated, having expert job, 49.9% of mom stop working after first baby.



The Brand parenting of Moms

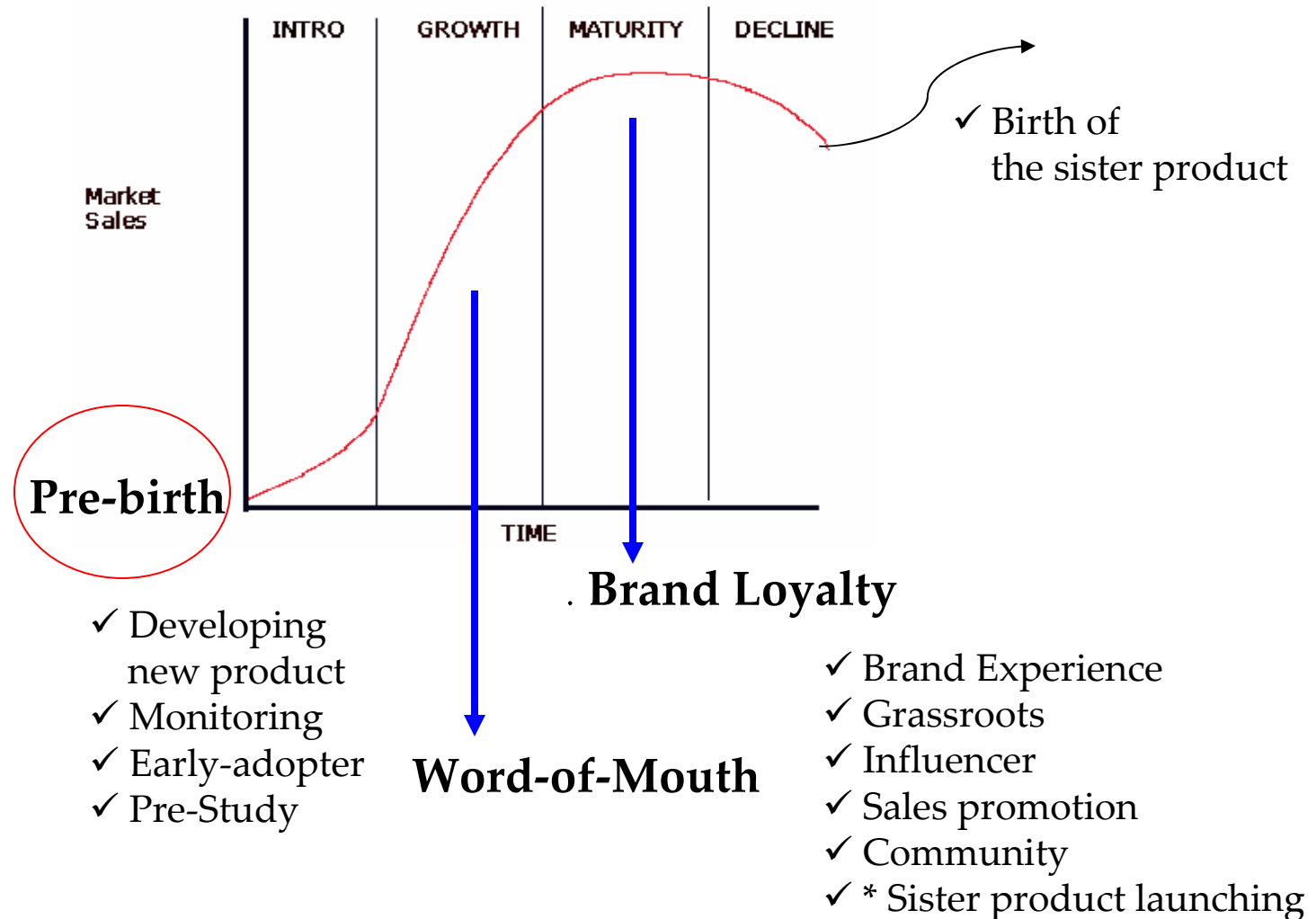
- ✓ Moms are fully influenced by Word-of-Mouth in all the process of consumer behavior
- ✓ Action:
WOM > Internet Usage > Sampling > TV-ad

	Attention	Interest	Action
TV AD	82.8%	54.6%	35.7%
Word-of-Mouth	54.6%	60.2%	58.7%
Internet Usage	36.6%	36.6%	41.4%
Sampling	32.2%	33.7%	36.7%
In-store Promotion	27.8%	25.2%	23.6%
Newspaper AD	24.4%	13.8%	7.2%
Magazine AD	22.7%	14.2%	6.2%
Experts Referral	18.2%	16.0%	19.2%
Newspaper Article	17.3%	13.3%	8.5%
Banner AD in Internet	14.5%	9.3%	4.7%
E-mail AD	13.3%	8.1%	4.2%
Magazine Article	13.3%	11.1%	5.9%
Direct Mail	12.4%	9.1%	6.4%
Brand website	11.1%	8.6%	8.2%
Bus & Subway AD	10.5%	6.1%	2.0%
Radio AD	7.4%	4.6%	2.0%
E-mail from Friends	5.5%	5.4%	4.3%
Etc.	3.6%	3.9%	5.6%

The Brand parenting of Moms



Consumer's involvement in Brand Life Cycle



From Pre-birth to Growing



- ✓ Corporate: CJ Corp.
(No. 1 company in Food Category in Korea)
- ✓ Category: 'Tofu'
- ✓ Brand: 'Haengbokhan Cong' (=Happy Bean)
- ✓ Market situation
 - Launching in April. 2005.
 - * No.1 brand is 'Pulmuone' : Over 70% in M/S
No. 2 has 7~8 % in M/S
- ✓ Product Differentiation
 - No additive
 - Manufacture by traditional method.

From Pre-birth to Growing

Consumer,

Marketer,

What differs
from others?

AMLTM
Advantage Marketing Lab for
Integrated Marketing Communications.

Conversation Creation!

Any Topics?
Any Rumors?

Duboo?
= Pulmuone'

Duboo is
Low-involvement
product!

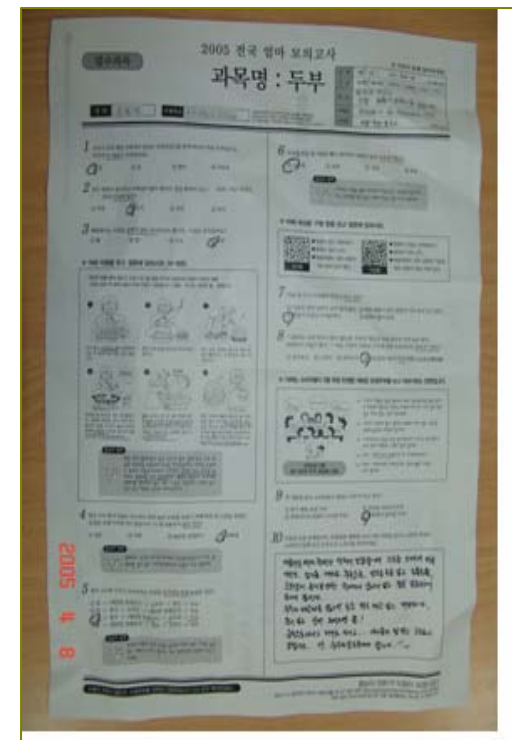
Pre-birth

- ✓ Create the Buzz!
- ✓ Study the Brand!
- ✓ Involve the Consumer!
- ✓ Community!

GuerillaPaper™

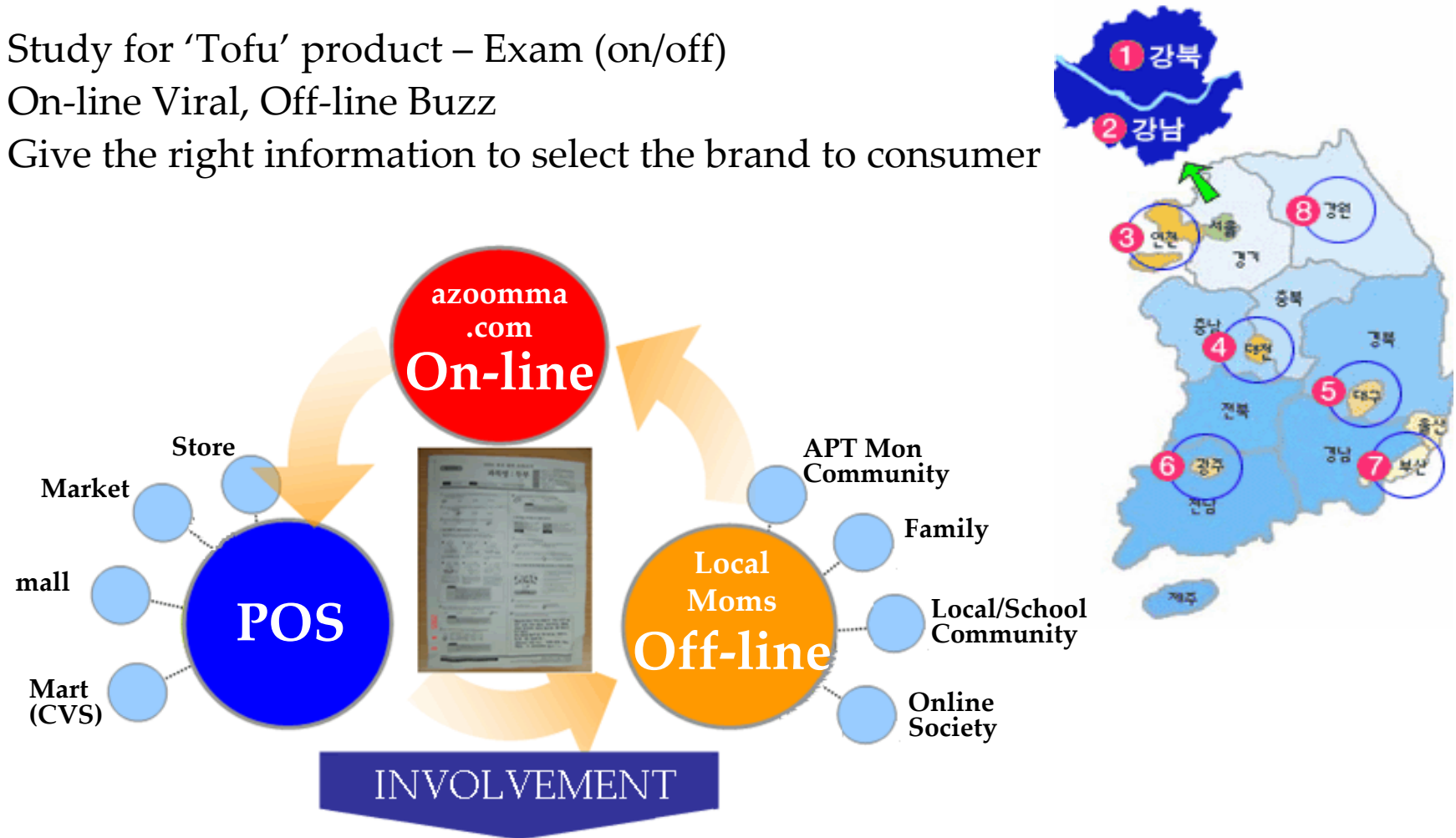


* Character : Miss Congsooni



Pre-birth

- Study for 'Tofu' product – Exam (on/off)
- On-line Viral, Off-line Buzz
- Give the right information to select the brand to consumer



Pre-birth



Pre-birth

I'm waiting
for
'happybean...

We are
Colleague
in the exam
of Tofu!

They call me
'Happy bean's
mom

빨리 내일이 되요

마지트 이름이 바뀌었네요,
행복 바이러스를 전파하는 행복한 콩 - 콩순이
저도 빨리 행복 바이러스에 감염되고 싶습니다,
내일이 우리가 기다리던 D-day인데 벌써부터
가슴이 콩닥콩닥 합니다.

작성자 : 미화(yjk2036)

행복한콩을 본 소감

배 포처로 등록된 마트에 행복한콩이 들어와 있더군요, 가격은 짜개용은2400원 ,부침용은 1650원에 마트에
있는 언니들이 마트에 들어서자 말해줬어요, 행복한콩 들어왔어요, 라고 풀무원은 여러종류의 두부가 들
어왔는데 행복한콩은 2종류뿐이라고 하면서, 풀무원이 딱 하니 자리를 차지 하고 있어서 행복한콩은 두부
맨 구석에 있어서 마트 점장님께 행복한콩 제일 잘 보이는 곳에 배치해 주세요하고 부탁도 하고 왔어요,

작성자 : 김문영(jubu8) 2005-05-14 오후 13:01 조회 : 20 추천 : 0

<http://azit.azoomma.com/@cong>

Birth = Launching

- ✓ Brand Experience
- ✓ Product Seeding
- ✓ Evangelist Marketing
- ✓ Community!



KitchenForum™

- Evangelist
- Product seeding

Birth = Launching

KitchenForum™



. Recruiting
: 200 Seeder



. Experience Kits
- Card: 200x100 = 20,000



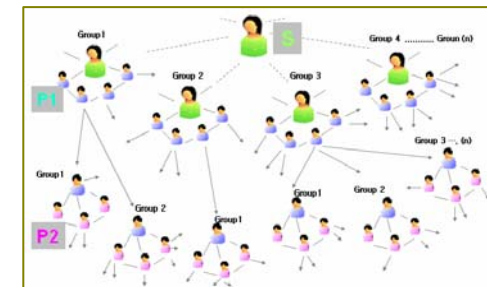
. SFS™
- 3 times



. Happy Duboo Party
(During 1 month)



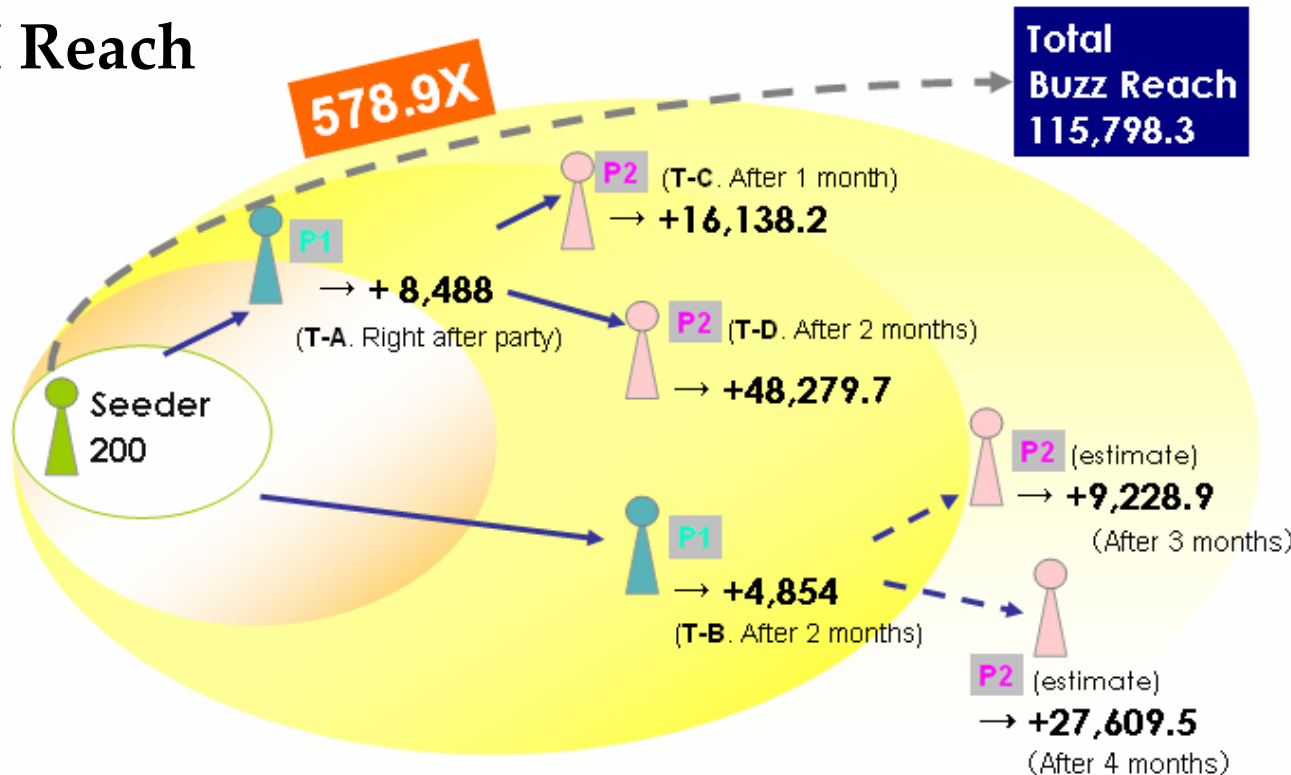
. Tracking



. Word-of-Mouth

Birth = Launching

WOM Reach



* How Tracking

Seeder's Action

T-A. Right after party: Analysis of the Report by 200 messengers (N=195)

T-B. About 2 months later: Analysis of the Research about their action for buzz (N=84)

P1's Action

T-C. 1 months later: Analysis of the feedback-data by PI (N=4,282)

T-D. 2 months later: Analysis of the Research about their action for buzz (N=167)

[Consulting: Professor
Kyoung-ja Kim scholar in
Consumer in Catholic
University of Korea]

Birth = Launching



Birth = Launching

모두 행복했습니다~



구청장님도 한 입에 씹...음-美味대...



맛조...

부산 동구 주민 체육대회!



손에 손에 두부를 들고 스마일...
행복한 콩 두부 때문에 너무나 행복한 두부파티였습니다!

매음보도도... 사회공헌을 실천하는 CJ...행복한 콩...^^



독거 노인분들의 생일 잔치는 "행복한 콩"이 어따한 선전이나 홍보를 목적으로 하지 않고 무료 급식소에 제공된 두부 "행복한 콩"은 기업의 이윤을 사회로 환원하는 기업의 미덕을 보여 주는 모습이었다...
다시 한번 감사 드리며
언제나 소외되고 그늘진 곳까지 손을 내미는 "행복한 콩" 되어 주세요...

행복한 두부 & 즐거운 체육대회



박원주님 요청으로 대신해서 사진을 올립니다.
아빠님도, 애매님도, 할매님도, 할아버님도,
모두모두 맛있는 두부 요리 덕에 즐거우셨다고 하십니다^^

Birth = Launching



Growing...

http://azit.azoomma.com - 아지트 - Microsoft Internet Explorer

파일(F) 편집(E) 보기(V) 즐겨찾기(A) 도구(T) 도움말(H)

연결 1.고객센터 2.Project 3.CMC관리 4.총관리 5.블로그관리 6.아후! 꾸러기 7.주니어네이버 9.WOMMA 3.ing관리자 8.IWOMC

주소(V) http://azit.azoomma.com/@cong 이동

azoomma.com 토크톡 블로그 아지트 사이버작가 경험과지혜 해외 교육 채팅 쪽지 경험과 지혜 검색

행복한 콩
소포제, 유화제 無 참가
Happy Cong
행복 바이러스를 전파하는 행복한 콩 - 콩순이
http://azit.azoomma.com/@cong

가족 모두 하루한가지씩 좋은 일하기

운영자: happybean 개설일: 2005년 02월 23일 회원수: 2054명 랭킹 4 등급: 콩순이친구 초대 내 정보관리 아지트 가입하기

황인영 님 로그아웃

내 아지트 바로가기

- 콩순이 공지사항
- 행복 새내기방
- 알콩달콩 이야기방
- 매장 탐방기
- 출석체크방
- 웰빙 두부요리 이야기
- 췌! 행복한 콩 뒷 이야기
- 행복을 담아주세요!
- 행복 메신저 일기
- 행복한 이야기(소식지)

알콩달콩 이야기방

일상에서의 작고 소중한 이야기도 콩순이 방에서 나눠보아요^^ 알콩달콩 ~ 고소한 우리 콩순이님들의 이야기를 들려주세요!

번호	제목	작성자	작성일	조회수
7832	오늘은 아들 숙제 해줘야 해요. (1)	쿨한여자	2006-11-27	3
7831	꼭 쉬니까..종더라구요 (3)	김연희	2006-11-27	9
7830	만화 (2)	김은숙	2006-11-27	4
7829	책리뷰어 모집한데요 (4)	책사랑맘	2006-11-27	15
7828	우리막내 사진찍어요 (4)	양신애	2006-11-27	13
7827	잘 먹던 아이가... (4)	최경아	2006-11-27	11
7826	추수감사절.. (4)	쿨한여자	2006-11-26	14
7825	머리아포요.. (2)	양신애	2006-11-26	8
7824	가여운 올 강쥐 담비... (7)	옥혜옥	2006-11-26	24
7823	즐려워요 (3)	민경림	2006-11-26	12
7822	스레비 (4)	김은숙	2006-11-26	22

글쓰기

우리 아지트 포리왕
- wjddmsgb 님

우리 아지트 계근상
- rmstns703 님

우리 아지트 활동짱!
- jkjunny 님

아지트 새 글

- 오늘은 아들 숙제 해줘...
- 꼭 쉬니까..종더라구요
- 만화
- 책리뷰어 모집한데요
- 우리막내 사진찍어요
- 잘 먹던 아이가...
- [11월27일] 두부채볶음

오늘의 포리 글

인터넷

완료 시작 4 MS... 8 Inter... 받은 편... 4 Mic... 오늘 할 ... 2006세... A 漢 오후 3:31 nma

Integrated Marketing Communications

Growing...



Growing...



Growing...



행복한공
행복한공을
구매하신
고객님께
감사합니다.



행복한공
행복한공을
구매하신
고객님께
감사합니다.



Growing...



Growing...

CJ, 두부 한모당 100원씩 결식아동돕기운동 한국경제TV [경제] 2005.11.16 (수) 오후 5:32

... 월드비전을 통해 남북한 결식아동들에게 전달할 예정입니다. 이번 행사에 참가하려면 다음달 5일까지 '백설 행복한 콩' 포장지에 있는 '웰빙두부' 마크 3개를 오려 매장에 비치된 캘린더 열서에 붙여 홈페이지나 열서를 통해 응모하면...

[관련기사 검색](#) [한국경제TV만 검색 | 제외 - 경제섹션만 검색 | 제외]

두부 사고 이웃도 돕고 CJ, 한모에 100원 적립 매일경제 [경제] 2005.11.16 (수) 오후 4:11

CJ '백설 행복한 콩' 두부는 고객이 구입한 두부 1모당 100원을 '행복적립금'으로 모아 연말 남북 결식아동에게 전달하는 '모으면 행복해진다' 이벤트를 진행한다. '모으면 행복해진다' 이벤트는 다음달 5일까지 진행되며 '백설 행복한 콩' 포...

[관련기사 검색](#) [매일경제만 검색 | 제외 - 경제섹션만 검색 | 제외]

[유통가] 두부 한 모 당 100원 적립 서울경제 [경제] 2005.11.16 (수) 오후 4:06

CJ(주)의 '백설 행복한 콩' 두부'는 두부 판매에 따른 적립금으로 남북 결식아동을 지원하는 '모으면 행복해진다' 이벤트를 진행한다. 12월5일까지 행사 참여에 응모한 소비자가 제품을 구입하면 한 모당 100원이 '행복적립금'으로 쌓여 연말...

[관련기사 검색](#) [서울경제만 검색 | 제외 - 경제섹션만 검색 | 제외]

CJ, 두부 1모당 100원씩 결식아동에 전달 이데일리 [경제] 2005.11.16 (수) 오전 11:16

[이데일리 피용익기자] CJ(001040)는 '백설 행복한 콩' 두부 1모당 100원씩의 기금을 적립해 남북 결식아동을 지원하는... 행사에 참가하려면 다음달 5일까지 '백설 행복한 콩' 포장지에 있는 '웰빙두부' 마크 3개를 오려 매장에...

[관련기사 검색](#) [이데일리만 검색 | 제외 - 경제섹션만 검색 | 제외]

CJ, 고객과 함께 남북 결식아동 돕는다 머니투데이 [경제] 2005.11.16 (수) 오전 9:50

[머니투데이 최정호 기자] CJ가 남북 결식아동 돕기에 나선다. CJ는 16일 백설 행복한 콩 두부 1모당 100원씩 기금을 적립, 남북 결식아동을 지원하는 '모으면 행복해진다' 이벤트를 진행한다고 밝혔다. 다음달 5일까지 계속되는 이번 이벤트는...

[관련기사 검색](#) [머니투데이만 검색 | 제외 - 경제섹션만 검색 | 제외]

What Happened?

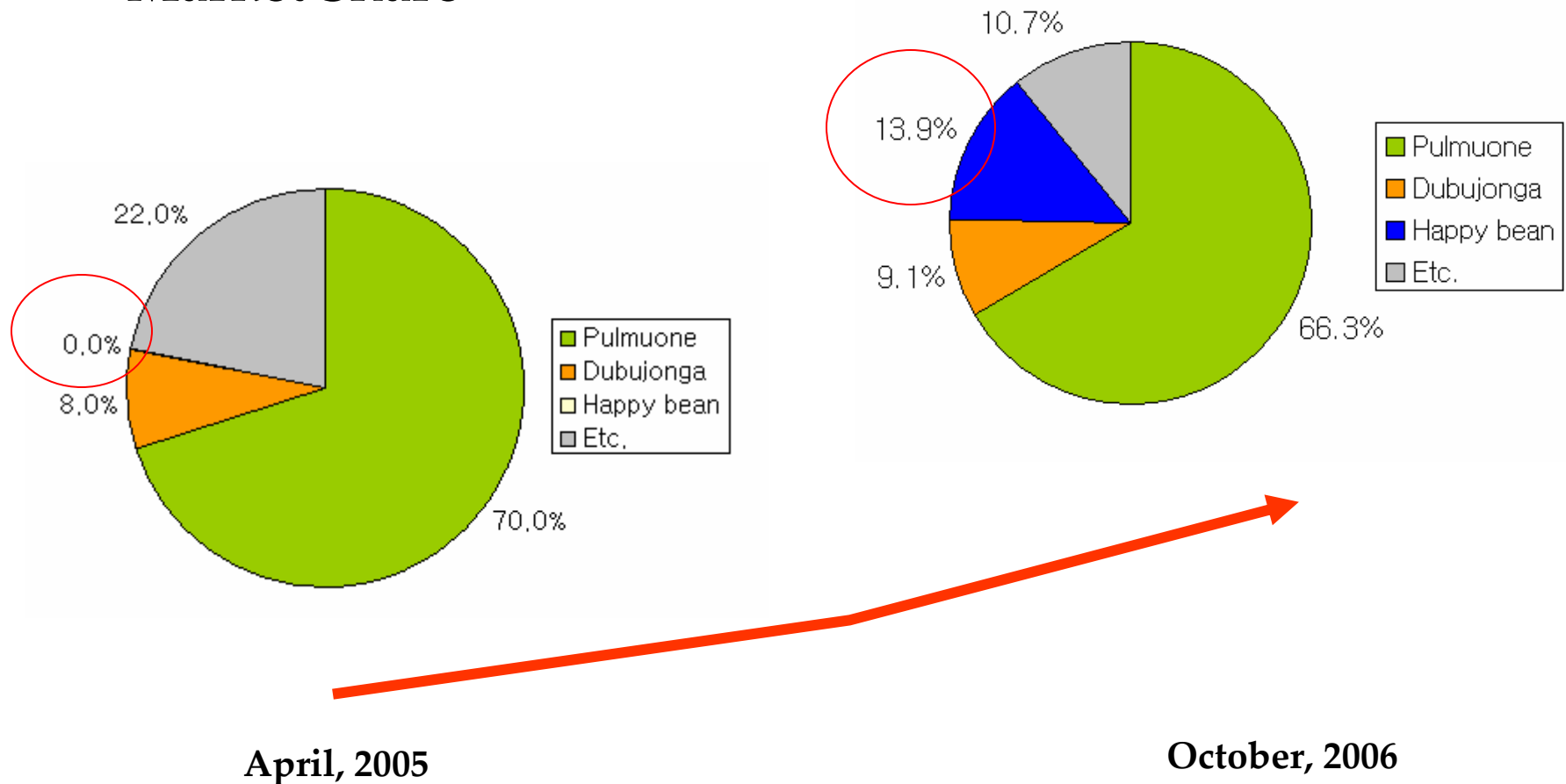
- ✓ 60.2% of WOM reach
buy the 'Haengbokan Cong'

The reason to buy

- ✓ Taste (48.8%) > Trust (18.7%)
> No additive (15.2%)

What Happened?

Market Share



Constantly Parenting.....

The image displays three screenshots of the azoomma.com website, which is a platform for parents to share and discuss children's products and experiences. The website is viewed through a Microsoft Internet Explorer browser.

Top Left Screenshot: Shows a post titled "구경하삼 | 순간포착 행복 사진방" (Look at this | Moment Capture Happy Photo Room) by user "장선경(topmodel)". The post features a photo of a "행복한콩" (Happy Bean) product. The right sidebar lists "우리 아지트" (Our Aji) with categories like "우리 아지트 관리" (Our Aji Management), "우리 아지트 개관" (Our Aji Opening), and "우리 아지트 활동" (Our Aji Activity).

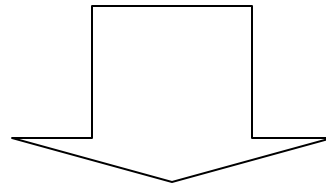
Top Right Screenshot: Shows a post titled "행복식구방 | 순간포착 행복 사진방" (Happy Family Room | Moment Capture Happy Photo Room) by user "옥해옥(okokki60)". The post features a photo of a group of people. The right sidebar lists "우리 아지트" (Our Aji) with categories like "우리 아지트 관리" (Our Aji Management), "우리 아지트 개관" (Our Aji Opening), and "우리 아지트 활동" (Our Aji Activity).

Bottom Screenshot: Shows a post titled "행복한콩 순두부 구입 | 순간포착 행복 사진방" (Happy Bean Tofu Purchase | Moment Capture Happy Photo Room) by user "전선하(shiun)". The post features a photo of a "행복한콩 순두부" (Happy Bean Tofu) product. The right sidebar lists "우리 아지트" (Our Aji) with categories like "우리 아지트 관리" (Our Aji Management), "우리 아지트 개관" (Our Aji Opening), and "우리 아지트 활동" (Our Aji Activity).

The website interface includes a top navigation bar with links like "홈", "회원가입", "로그인", and "회원탈퇴". The left sidebar contains a "내 아지트 바로가기" (Go to my Aji) section with links to various categories like "행복한콩", "행복한콩 순두부", "행복한콩 떡볶이", etc. The main content area displays the post details, including the user's profile, the post title, the photo, and the post content. The right sidebar contains a "우리 아지트" (Our Aji) section with links to various categories like "우리 아지트 관리", "우리 아지트 개관", "우리 아지트 활동", etc.

Questions?

- ✓ Is WOM (Marketing) valid only to new products?
- ✓ WOM = Buzz?



Constantly Conversation
(by Listen & Talk)



Inus Hwang, C.E.O

Advantage Marketing Lab.

www.wommarketing.net

E-mail. inus@wommarketing.net

Korean Mom's Community

www.azoomma.com

