

宝妈的崩溃一夜, 鱼跃儿童雾化器互动营销

广告主: yuwell 鱼跃

所属行业: 医疗器械

执行时间: 2018.11.21-11.25

参选类别: 移动营销类-互动类

营销背景

市场背景: 根据国家全面开放二胎政策, 鱼跃作为 A 股上市公司, 为迎合市场需求, 响应国家号召, 上市新品 M104 儿童雾化器。

洞察:

- 1、现我国北方城市雾霾严重, 呼吸道疾病增多。儿童处于免疫力较弱的阶段, 以感冒咳嗽、支气管炎、咽喉肿痛等呼吸道问题最为常见。
- 2、去医院频繁地出入儿科、排队挂号、排队候诊只为进行十几分钟的雾化, 是广大年轻妈妈的日常痛点。
- 3、隔代文化的差异, 新手妈妈们还可能遇到传统育儿与科学育儿的矛盾。

营销目标

- 1、新品儿童雾化器上市, 为了培养市场, 产品需要进行消费者教育。
- 2、利用母婴群体, 进行产品的精准化营销。

策略与创意

- 1、从一个年轻妈妈的第一人称视角出发, 讲述一个年轻母亲带孩子的痛苦、焦虑。
- 2、用微信作为核心的营销渠道, 有趣、简单的同时, 既能与粉丝产生共鸣, 又可以获得我们的心意。



执行过程/媒体表现

- 1、使用 TOP 前 10 名的精准亲子自媒体，“糖罐小妈”、“亲子派”、“烧脑广告”、“畅儿妈妈”、“辣妈冰凌花语”、“快乐翠花”等覆盖千万级母婴群体的粉丝。
- 2、自媒体对产品形成认可，与粉丝互动推介。
- 3、母婴类自媒体人“快乐翠花”“营养师文利”参与点评。
- 4、粉丝覆盖量 150 万的重磅自媒体“亲子派”将话题稿件收录在公众号底部菜单栏，进行长期推荐。





畅儿妈妈

育儿名博，国家二级公共营养师，母婴杂志专栏作者，主写母婴育儿、亲子教育、美食生活、家庭亲情等。

20篇原创文章 1位朋友关注

关注公众号



辣妈冰凌花语

育儿名博，出版育儿书籍《小区是孩子的第一社会》，母婴育儿杂志专栏作者。新浪粉丝73万，博客点击两千万。从做妈妈的那天起，就全心投入到孩子的养育当中，同时把积累的育儿经验分享给更多的新手妈妈，期待与更多的妈妈们交流进步！

百万妈妈关注亲子派，专注0-8岁孩子成长，每天一节亲子课，教你做个好妈妈！

105篇原创文章 2位朋友关注

关注公众号



快乐翠花

育儿美食名博，签约自媒体。爱生活、爱美食、爱旅游，育儿经验丰富。多篇文章被推荐到多个自媒体首页。在《饮食科学》、《心理育儿》等纸质刊物发表文章。曾被评为“中国母婴自媒体新锐达人”，受邀参加多类母婴品牌线下活动，国内旅游产品体验及欧洲游等。

105篇原创文章 2位朋友关注

关注公众号

H5 视频链接:

<http://yuyueh5.socialrun.com.cn/index.php/Index/index.html?share=odpWUsxyqwkqsl6s8mTB8JZQSbug&level=2>

营销效果与市场反馈

- 1、微信总计转发人数近 10 万，转发分享次数，近 50 万，阅读量超过 150 万；
- 2、单个月度成本（CPC）仅 0.1 元，并且有趣、简单的内容与用户形成了共鸣，产生极高的 ROI。
- 3、本次活动对品牌形成了良好的口碑，提升了品牌美誉度。
- 4、在活动上线期间，百度指数搜索量日环比增长 139.82%。
- 5、品牌案例包装传播与营销行业从业者产生共鸣。同时，拔高鱼跃案例在品牌营销领域的价值。

