

宜家X小米，全民舒睡计划

- ◆ 广告主：宜家
- ◆ 所属行业：家居
- ◆ 执行时间：2019.03.21
- ◆ 参选类别：大数据营销类

营销背景

睡眠不足是城市人身上共通的“痛点”

越来越多的品牌在想办法解决睡眠问题

宜家—

宜家家居致力于推广“舒适睡眠”的概念。拥有床垫、床褥、床单、被子、枕头等在内的各类床上用品，希望为用户提供更好的睡眠方案。

营销挑战

改善睡眠品类竞争激烈

围绕睡眠经济而伴生的睡眠产业众多：床垫、睡眠纺织品、功能家纺、枕具、智能硬件、健康睡眠系统等领域的众多改善睡眠产品竞相上市，行业竞争激烈。

消费者对宜家床品认知弱

作为全球最大的家具家居用品企业，销售包括沙发、办公用品、卧室、照明、纺织品、炊具系列等约10,000个产品。由于产品类型众多，消费者对床品的功能认知较弱。

宜家如何推广睡眠家居系列产品？

加强消费者对“优质睡眠”和“宜家床品”的认知关联度？

合作背景



X

海量年轻用户基础

每5个米粉中就有1人是宜家会员

年轻核心消费群体

25-39岁高忠诚度消费群体与米粉相似

智能硬件设备+软件平台

实现用户各类场景交互及智能服务

完整睡眠解决方案

丰富舒适睡眠床品，提出完整舒睡建议

营销目标

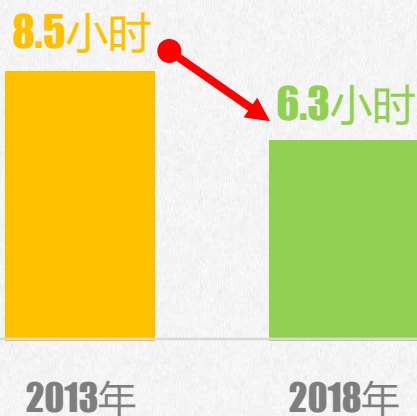
通过创新营销模式，帮助宜家床品从同类产品中突围，提升销量。

传递睡眠改善建议，加强消费者对“优质睡眠”和“宜家床品”的认知关联度。

创意洞察

用户洞察

6年内中国人平均睡眠时长减少**35%**，越来越多的国人经历着**睡眠障碍问题**。



数据来源：睡眠指数数据报告

媒介洞察

小米手环24H可穿戴智能设备+小米运动APP，**软硬件结合能监测用户睡眠状态，输出睡眠数据及建议。**



营销洞察

恰逢**3月21日国际睡眠日**，需要引起人们对**睡眠重要性和睡眠质量**的关注。





宜家联手小米 如何改善国民睡眠质量？

核心创意



全民舒睡计划

睡眠大数据 | 睡眠质量提升 | 睡眠场景沟通 | 睡眠产品植入

恰逢3月21日国际睡眠日，亟需提醒人们要关注睡眠健康及质量。因此，宜家联合小米运动，以睡眠为切入点，开展全民舒睡计划。

利用小米运动与小米手环的互联特性对用户进行睡眠监测并结合宜家倡导的睡眠改善建议，树立宜家睡眠专家形象。

宜家X小米运动 全民舒睡计划

创意执行方案

米粉睡眠
习惯调查

第一步

全民舒睡
计划发布

第二步

宜家睡眠方案
线上线下引流

第三步

1 米粉睡眠习惯调查



首先，在小米运动发布《睡眠习惯有奖小调查》，广泛收集米粉睡眠数据。

媒介策略与执行

睡眠质量

睡姿习惯

年龄

卧室光线

床品选择

睡眠问题

睡眠偏好

中国移动 4G 18:05 100%

睡眠习惯有奖小调查

您正在参加由小米运动和宜家联合发起的睡眠习惯有奖小调查。本次活动将收集您的个人信息，目前收集到的信息仅用于小米运动和宜家联合发布的睡眠研究报告。如您未提供您的许可，我们不会另作他用，也不会向除上述以外的第三方透露您的信息，更不会将您的信息提供给任何第三方使用或披露。

本次活动解释权归小米运动和宜家联合所有。完成本调查将获赠3分钟时间，即送“睡眠”闹钟。感谢您对我们使用您的数据。谢谢。

活动须知：从参与本次调查用户中随机抽取1名用户，赠送小米手环3 NFC版 作为参与奖励。调查将于2月24日结束，结束后对参与填写联系方式用户进行抽取，中奖结果将客服进行电话联系。

1. 总体来说，您是否满意自己的睡眠质量？ *

☐ 非常满意

☐ 较满意

☐ 一般啦

成功为宜家获得**多维米粉睡眠行为数据**

为深度研究米粉睡眠行为，
提供宜家睡眠方案创造营销先机

全民舒睡计划发布



基于睡眠报告的数据
输出定制化宜家产品推介

将调查报告收集到的睡眠数据汇总生成《趣味白皮书》邀请米粉参与睡眠类型测试。根据**小米手环的睡眠监测数据**帮助用户理解自我睡眠性格并给予**宜家定制化睡眠产品推介**，共同帮助改善用户睡眠现状。

活动流程

Step 1- 根据小米运动睡眠数据，将用户分为四种睡眠型格



日均睡眠小于8小时

日均入睡时间晚于23:00

日均起床时间晚于8:00

3项均表现达标

睡眠大数据

床品数据

枕头数据

床垫数据

体质数据

活动流程

Step 3- 用户领取小米粉丝专用券，引流线上下购买



领券页面



绑定手机



线上使用规则



线下使用规则

宜家睡眠方案线上下引流

线上

小米运动、小米手环官方微博微信号多渠道引流宜家测试活动，深度影响睡眠人群。



3 宜家睡眠方案线上下引流

线下

米粉根据宜家睡眠改善建议，领取米粉专属9折购买券，直接前往线上/线下宜家购买，打通寓教于购的全流程。



米粉宜家床品选购-线下宜家引流



米粉宜家床品选购-线上宜家引流

营销效果与市场反馈

基于小米运动睡眠大数据提供定制化睡眠方案，**收效显著！**

104364人

参与睡眠习惯有奖调查

221万+人

参与12天全民舒睡计划

27290 张

宜家床品优惠券被抢光

344.7万

睡眠调查互动量

1.6亿次

上线后媒介曝光总量

平均睡眠时长从8.5小时增加到9小时30分

改善用户睡眠时长及睡眠质量

营销效果与市场反馈

通过宜家改善睡眠的床品建议，用户睡眠质量显著提升！

增加2.1分钟

深睡时长

增加3分钟

平均睡眠时长

减少42秒

平均清醒时间

从用户睡眠需求寻找突破，围绕用户需求做服务营销

**睡眠大数据
赋能营销**

睡眠有奖调查报告
为宜家提供定制化睡眠方案创造先机

**内容即服务
软性渗透**

基于米粉睡眠大数据
产出定制化宜家睡眠方案，提供专业、到位的睡眠改善建议

**睡眠人群
广泛覆盖**

围绕米粉睡眠场景
实现人群深度影响

**有效改善
国民睡眠**

用户睡眠质量显著提升