

“爱的温度” 跨界营销

- ◆ 广告主：以岭药业
- ◆ 所属行业：医药行业
- ◆ 执行时间：2018.09-12
2019.01.30-03.12
- ◆ 参选类别：跨界营销类

项目背景

- 2018年下半年到2019年春节，以岭药业旗下专治感冒、流感的中成药-连花清瘟胶囊，希望通过新的媒体方式有效传递产品信息，提升品牌温度
- 借助墨迹天气的天气数据资源，重磅打造“医药+天气”春节场景化营销-“爱的温度”活动，强化品牌关怀印象，向消费者传递温暖

项目目标

通过整合营销，提升莲花清瘟的品牌温度和销量

- 线上：在墨迹天气平台打造创意互动推广，覆盖更多消费人群，强化用户对“莲花清瘟”功效的感知
- 线下：通过体现品牌关怀，提升品牌温度以及加深消费者对莲花清瘟功效的了解，推动消费者主动购买莲花清瘟

项目挑战

- 各大品牌感冒药传播诉求大同小异，“温暖治愈”是共性，面对品牌同质化的传播内容，如何推陈出新，塑造品牌个性
- 由于医药行业的特性，传统的医药营销往往是枯燥的教育型宣传模式。如何解决这一痛点，获得用户的深度参与和感知

项目洞察

- 天气变化引发感冒高发，消费者对感冒药的需求随即增长。此番合作，基于墨迹天气的天气属性与人群优势，提炼连花清瘟的关爱属性，借势换季和春节热点，以“爱的温度”为营销主题，切入年轻消费群体，打造暖心的营销活动
- 关于春节借势的思考，将关注点放在春节期间不能及时回家或不能团圆的特定人群身上，通过创意传播，给予这类人群关爱，凸显品牌温暖调性

核心策略：打造“医药+天气”春节场景化营销

春节营销 传达关爱

捆绑春节节日和季节热点，
挖掘用户情感痛点，
以暖心主题传递品牌关爱，
引发用户共鸣

天气场景 创新互动

灵活运用天气大数据能力，
创新定制深度场景化玩法，
带动用户参与，
深化品牌记忆

优势资源 强化曝光

整合墨迹APP端内端外优势资源，
全方位触达目标群体，
强曝光，
提升品牌传播声量

“连花清瘟” 爱的温度 “营销传播规划





线上创新天气场景化营销

洞察目标用户的情感诉求，线上打造“医药+天气”春节场景化营销，为莲花清瘟独家定制预热版、新春版、收官版三个阶段全新感冒指数，根据不同感冒指数定向线上推广，并借势春节打造病毒视频，打破医药品牌对生活场景及传统单向传播模式的限制。



线下广告机投放

针对线下药店人群环境，在全国重点药店试投，采用感冒指数、视频、海报图等形式达成持续落地传播，将最直观的信息传达给消费者，为消费者预防和治疗感冒提供指导。

分阶段感冒指数推广

通过天气大数据实时运算分析，为莲花清瘟独家定制感冒指数，基于LBS定位显示不同感冒等级，按**预热版**、**新春版**、**收官版**三个节奏传播



场景H5互动

在全新感冒指数页面植入**深度场景化玩法**，以**游戏形式**干掉各种感冒病毒以及**测试天气人格**，加深用户记忆



品牌视频植入

打造**莲花小剧场**，通过“一粒胶囊的匠心之路”等**品牌视频**，植入产品，加深用户对品牌的理解



借势春节热点

借势春节打造病毒视频“包在饺子里的爱”，以公益角度出发，用三个感人故事将暖心主题进行深化，强化品牌社会责任感



线上线下载联动

线上感冒数据实时连接线下药店终端，强化感冒和天气的关联，并采用指数、视频、海报图等形式科普受众，促进店内销售



线上互动亮点

多维度体验

趣味性高

内容丰富

通过**定向感冒数据**，利用感冒指数作为曝光入口，分预热版、新春版、收官版三个节奏传播，融入天气、莲花清瘟感冒小课堂、干掉感冒病毒H5趣味游戏、测试你的天气人格H5游戏，莲花小剧场，在互动环节获得抽奖机会赢取福利，引导用户到电商平台或线下药店购买，促进销售转化



线上互动亮点

春节暖心主题

现实感强

产品植入

借势**春节打造病毒视频**“包在饺子里的爱”，以公益角度出发，洞察外卖员、留守儿童、空巢老人等特殊人群，以“饺子”包住理解、和睦、团圆为主题，用三个感人故事将暖心主题进行深化，引发受众共鸣，提升好感度并强化品牌社会责任感



故事1
陌生的友谊



故事2
妈妈回来了



故事3
到邻居家过年

资源组合传播

大流量优势

视觉核心

品牌联动



开机全屏-墨迹天气第一关注入口

基于视频内容及品牌形象主题定制，大尺寸强势曝光，为视频引流。



穿衣助手-墨迹原生IP

基于品牌形象及春节元素对墨娜的服装、道具、文案等多元化展现形式进行定制化植入，实现品牌的趣味立体化曝光。



墨迹天气官方微博

借助墨迹官方百万粉丝级微博的传播优势，联动连花清瘟官方微博发布视频，造势推广。转发抽奖吸引粉丝互动转发，扩大传播覆盖

线下合作亮点

墨迹针对线下药店人群环境，在全国重点药店试投，采用指数、视频、海报图等形式达成持续落地传播，将最直观的信息传达给消费者，**提升线下销售**

转化率

全方位触达

指数同步



墨迹端内整体推广效果

总曝光量超**28亿**

总点击量超**544万**



H5互动

总曝光量超**463万**

总互动参与数超**10万**



视频推广效果

视频总曝光量超**256万**

项目总结

➤ 创新层面：深度聚焦品牌属性，创新天气场景化营销跨界赋能

洞察目标用户的情感诉求，针对品牌的医药属性，利用平台大数据优势，打造“医药+天气+节日情感”跨界营销，打破医药品牌对生活场景及传统单向传播模式的限制。

➤ 曝光层面：平台核心资源精准触达，定制化内容助力品牌强势吸睛

以庞大的用户群体作为流量基础，基于传播需求匹配端内端外核心资源，多维度触及目标用户，结合天气大数据定制创意内容推广，大幅提升传播声量和影响力。

➤ 导流层面：构建整合营销闭环，促成品效合一

整合全方位传播形式，成功打破线上及线下壁垒，减少品牌营销从传播到购买环节的用户流失，帮助品牌实现销售转化。