

晚必安×小米，搞定你的睡眠自由

广告主：以岭药业

所属行业：医药制造

执行时间：2019.02.21-12.31

参选类别：移动营销类-互动类

营销背景

以岭药业成立于 2001 年，是一家老牌、有实力的医药龙头企业。2018 年，以岭药业推出改善睡眠的新保健品“晚必安·酸枣仁油软胶囊”。酸枣仁具有宁心安神、改善睡眠的作用，且为药食两用，安全还不产生耐受性或依赖性，与其他睡眠类保健品相比，对身体更健康。

营销目标

- 1、迅速引爆新品晚必安的知名度。
- 2、引流消费人群到线下药房购买。
- 3、关联大健康场景，强化用户的产品认知，提升行业影响力。

策略与创意

1、【营销洞察】

1) 人群洞察：

据《2019 年中国睡眠指数报告》显示，中国每天有超过 5000 万 90 后在熬夜，三分之一以上的人在凌晨 1 点以后才入睡，睡眠问题已经严重地影响了人们的健康和生活质量。

2) 媒介洞察：

作为全球可穿戴设备销量第一的小米手环有睡眠检测功能，通过小米运动 APP 即可了解用户的睡眠情况，包括深度睡眠时长等数据。

3) 时间节点洞察：

每年的 3 月 21 日是“世界睡眠日”，在此期间，人们更加关注睡眠的重要性。

2、【策略与创意】

“向一亿人说晚安”好睡眠养成计划

小米以科技赋能晚必安，将其打造为健康睡眠必备法宝。通过小米手环科技监测能力，深度了解用户的睡眠状况；小米运动利用自身睡眠场景活动和睡眠大数据，结合品牌专家对睡眠的关注，共同推出《睡眠白皮书》，为改善用户睡眠质量提出建议。



执行过程/媒体表现

1、【重视睡眠】激发用户参与“百万小时睡眠挑战赛”

1) 前期预热：小米运动米动圈限量派发晚必安样品，鼓励用户参与挑战赛；

2) 发起挑战：让用户根据自身作息选择睡眠挑战目标进行参与,发起挑战赛；

3) 手环提醒：用户参与活动，可选择点击开启手环震动提醒功能，以便使用户更专注完成改善自身睡眠质量。



2、【人群关注】联合发布“睡眠白皮书”，定制个人睡眠报告

1) 发布“睡眠白皮书”：在 3 月 21 日国际睡眠日当天，晚必安以冠名及 H5 页面内容植入形式对《2018 中国人睡眠白皮书》进行合作；当天通过手环震动提醒方式对小米手环用户进行震动提醒，并配合 Push 信息引导用户关注；利用小米运动 App 资源及新媒体资源进行传播推广。



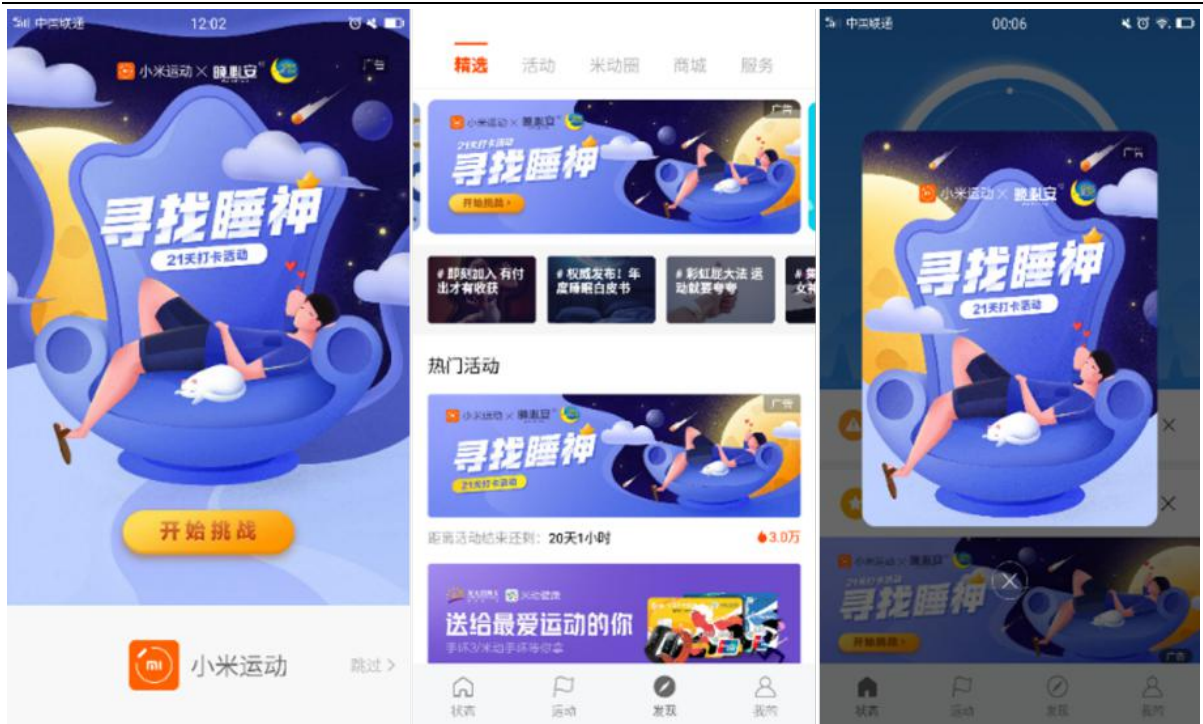
2) 生成“个性化用户睡眠报告”：用户看完《中国人睡眠白皮书》后，通过对个人 2018 年睡眠数据进行分析，生成数据属于用户自己的睡眠报告，“晚必安”针对性提出睡眠建议，深入影响用户。

全体手环用户震动提醒功能



3、【养成习惯】寻找睡神，打卡“21 天睡眠挑战赛”

为延续并帮助用户持续养成良好的睡眠习惯，双方联合继续共同发起“寻找睡神-打卡 21 天睡眠”的挑战赛，用户可基于自己目前的深睡小时数和睡眠时长设定挑战目标，最终举行线上年终盛典，给全年睡眠值排名最高的用户颁发奖品。



4、【强化认知】品牌联合发声，提高行业影响力

小米和以岭联合发声，助力中国药店发展报告会议及西鼎会成功举办；联合马蜂窝、中国广告人网等十余家外围媒体，传播“好睡眠，向一亿人說晚安”品牌主张，建立传播矩阵。



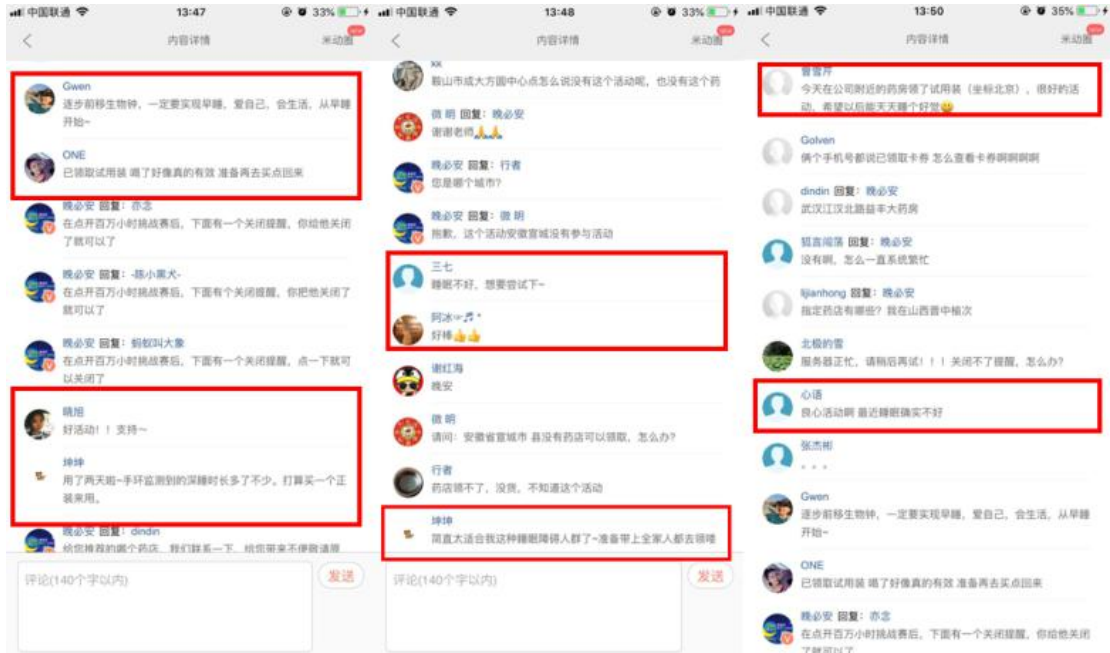
营销效果与市场反馈

1、【引爆晚必安知名度】

1) 睡眠白皮书直播播放量 590035 次；微信曝光 91,715,680 次，完成率为 109.19%。

2) 百万小时挑战赛共有 129,836 人参加，曝光 81,810,264 次，完成率为 111.92%。

2、【用户线下领取，好评如潮】



3、【提升品牌行业影响力】

助力中国药店发展报告会议及西鼎会成功举办；联合十余家外围媒体，传播了“好睡眠，向一亿人 说晚安”的品牌主张，提高了品牌市场声量。