

伊利方舟-勇敢娃娃

- ◆ **广告主:** 伊利方舟
- ◆ **所属行业:** 乳制品
- ◆ **执行时间:** 2017.12-2018.05
- ◆ **参选类别:** 互动体验类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频
<http://v.qq.com/x/page/m0749epdagr.html>

或者
扫一扫看视频



背景:

- 1、在电商的爆发式发展下，儿童乳制品这一品类正在面临严峻竞争。作为乳制品巨头的伊利旗下有诸多产品线也面临着如何找到渠道突破口的问题。
- 2、儿童性侵防范问题近年来备受瞩目，不时爆出的丑闻令社会震惊。“伊利方舟”作为目前国内最大的儿童安全公益项目，对该问题十分关注，希望通过提高儿童防性侵意识，帮助更多儿童健康成长。
- 3、“女童保护”基金目前有3500名专业教师及数万名志愿者在全国范围内进行儿童防性侵讲座，教孩子们如何保护自己的身体。

但是，面对全国超过3亿4-16岁少儿，“女童保护”基金难以将自我保护信息传递给每个孩子。同时，课堂的时间有限，没有有效的回访机制，孩子们在课堂后很快忘记课上的内容。

目标:

- 促进儿童保护问题的改善与解决，唤醒儿童、家长的防范意识，让孩子们了解自己的身体；
- 让更多受众了解“伊利方舟”儿童安全项目；
- 争取在做公益的同时也能够为企业带来收益转化，打造良性的公益闭环，商业和公益共赢。

儿童往往都是通过重复记忆学习新的知识。所以我们为儿童防性侵问题设计了一张**有声互动海报**——“勇敢娃娃”。当娃娃的不同身体部位受到触碰的时候，娃娃会发出不同的语音警告，**鼓励孩子们像“勇敢娃娃”一样为自己发声。**

有声互动海报“勇敢娃娃”由“女童保护”基金的志愿者带入学校及幼儿园时，**它既是儿童防性侵教学的工具，又是品牌的推广渠道。**海报上的二维码直接链接至产品购买页面，而每100元的产品销售额中会有1元直接投入更多海报制作。在促进儿童安全社会问题改善和解决的同时，也让商业为公益附能，促使公益的持续发展。



1、线上线下传播同步进行，覆盖更多孩子：

携手“女童保护”进入校园进行安全教学。孩子们通过触碰实体海报，来完成教学互动。



同时在线上制作**勇敢娃娃H5**进行传播，覆盖更多的家长和孩子。通过新闻客户端、微博、微信等渠道进行传播推广。



2、面向用户发起**免费申领**活动，分批次分发实物海报。让勇敢娃娃影响力深入到社会的每一个学校、家庭和个体。



3、发起线上众筹，号召更多人为儿童保护贡献力量，扩大传播影响力。



- 1、“勇敢娃娃”海报跟随“女童保护”和“伊利方舟”的教室及志愿者，触达全国190万儿童及43万家长，H5海报点击互动次数600余万次。
- 2、截止“免费申领”活动上线4周，累计曝光量达3亿，累计覆盖1.58亿人次，有效申请逾万人。而伊利方舟的公益项目也在此次的儿童安全保护活动中被更多的人所认知。
- 3、“勇敢娃娃”跟随女童保护深入课堂，让课程变得更为生动、更易于学习，加深儿童对“不好的触碰就是伤害”的理解。“勇敢娃娃”解决了社会问题，让不知如何张口教学“性知识”的家长，有了很好的教学工具。未来我们还会帮助更多孩子。