

以爱为盾，敏感守护

飞利浦空气净化器让孩子“远离春季过敏 净享无忧童年” 营销活动

- ◆ 广告主：飞利浦
- ◆ 所属行业：家电
- ◆ 执行时间：2018.04.23-05.31
- ◆ 参选类别：媒介整合类

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

https://v.youku.com/v_show/id_XMzgwODc4Njc0MA==.html?spm=a2hzp.8244740.0.0

或者
扫一扫看视频



项目背景

- 中国空气净化器市场国内外品牌竞争进入白热化，国外老牌巨头竞争激烈，国内产品牌市场份额逐渐提升。为进一步巩固中高端空气净化器市场份额，飞利浦推出5000系列空气净化器；
- 通过媒介整合提升营销传播效果已经成为一种趋势。



营销目标

提升产品曝光度，增加用户对产品的认知度，巩固其在空气净化器市场的领导地位，从而提升销量。



挑战与困境

如何**整合多种媒介**，有效的向母婴、过敏群体传递“有效净化室内过敏原”信息，建立消费者对产品的认知度？



人群洞察

80/90为主的消费升级，健康意识增强及对室内空气质量要求的提升，从而提升了对产品的消费意愿。



社会环境洞察

2018年春季伊始，春季过敏高发季来临，室内过敏源激增，无时无刻侵害着孩子们的呼吸健康。世界过敏周，哮喘日，让公众再度聚焦儿童呼吸过敏问题。





飞利浦深入洞察消费者需求
以VitaShield IPS双效微护盾，
过滤甲醛/病毒/过敏原、99.9%病毒去除
给儿童和全家健康空气保护盾





甲醛 病毒 细菌 灰尘 PM 2.5

伴随消费升级的家庭健康需求
飞利浦在2018春季发起了主题为：
以爱为盾，敏感守护
的健康空气守护战
给家人健康看得见的纯净空气

结合“世界周” “哮喘日”

开启一场**以爱为盾**的呼吸敏感守护战

针对儿童过敏需求

结合中国规模最大最受关注的
母婴移动社平台

宝宝树合作

引发万千妈妈广泛关注

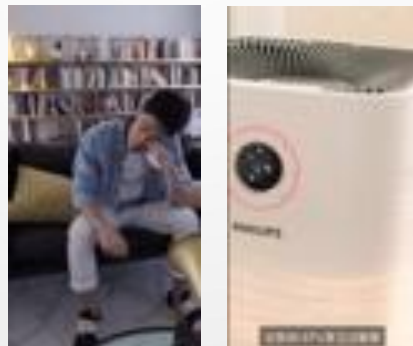


针对成人过敏需求

5-20表白日网络疯传病毒H5，
“5·20脱单大作战”

找出家中过敏原 助力女神成功脱单

引发网络病毒式传播和自发传播



与迪士尼IP合作创造声量

移动端媒体、大号力推
“最有爱6·1儿童节礼物”

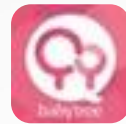
众多妈妈群力热推

迪士尼合作款



亮点

联合中国规模最大最受关注的母婴移动社交平台--宝宝树发布“宝宝过敏白皮书”，引起妈妈人群关注

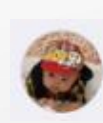
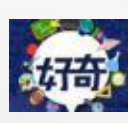


以**宝宝树**、**微信**为主要阵地

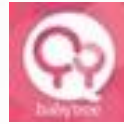


联合**微信**上线“520脱单大作战”互动H5，引起病毒式传播。

同时，**多种媒介(资讯类、科技类、女性社区类、导购类、评测类)**
共同协作营销，成功大面积触达目标受众



Phase1

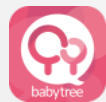


联合**宝宝树**发布“**宝宝过敏白皮书**”，引起妈妈人群关注

科技类、资讯类、导购类平台**深度测评**，塑造口碑

传达**以爱为盾，敏感守护**主题

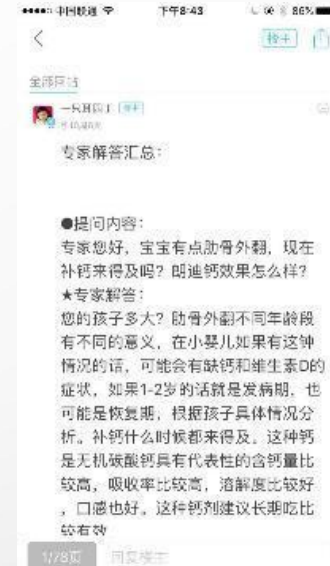
结合世界过敏周，依托**宝宝树百万大数据分析**，
推出**《宝宝过敏知多少》白皮书**，发起**以爱为盾，守护儿童过敏**话题



跳转

Landing page (产品展示页)

宝宝树上线《**专家在线问答课堂**》板块，
专家与妈妈线上互动，揭秘过敏真凶，**母婴达人为产品背书**，提升产品权威性



结合“**以爱为盾，敏感守护**”主题，
科技、导购类媒体评测推荐，提升产品美誉度



我是昕昕妈



今日**热**搜

我是家装女王



妈咪部落



niniu妈妈



清单



北京生活播报



多家媒体信息流精准推广，
扩大**以爱为盾，敏感守护**主题影响



Phase2



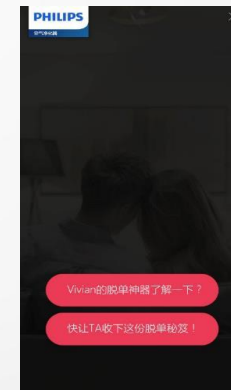
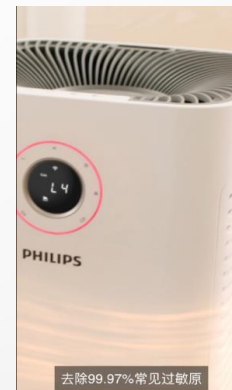
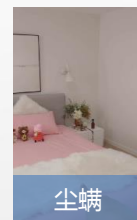
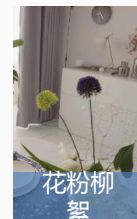
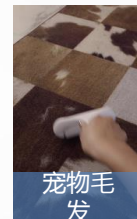
联合**微信**上线“520脱单大作战”互动H5，

科技类/资讯类/女性社区类媒体同步发声

真实情境传达**以爱为盾、敏感守护**主题

5·20表白日网络疯传病毒H5,“520脱单大作战”

飞利浦空气净化器成女神“脱单守护盾” 净化家中过敏原，反转剧情，成功脱单



多家媒体信息流精准推广，
向目标人群传达**以爱为盾，敏感守护**主题



Phase3

联合**迪士尼**，儿童定制款空气净化器温暖上市

KOL、评测类媒体实力验证新品

为“**以爱为盾，敏感守护**”主题发声



借势**儿童节**热点，**评测媒体、KOL**联合为新品造势，

让**“以爱为盾，敏感守护”**主题深入人心



信息流定制化投放，多页面展示新款产品
联合**迪士尼**共同“**以爱为盾，守护宝宝呼吸**”



媒体投放结果

截至5月31日，自4月23日推出产品，
共投放了《**宝宝呼吸过敏知多少**》白皮书、
宝宝树专家在线课堂上线、
5篇宝宝树母婴达人试用分享、
网易深度稿件**3**篇、
微博达人文章**14**条、
微信达人文章**10**条

总曝光量

64,523,270+

信息流精准投放覆盖母婴人群和
过敏症状人群曝光量

33.86M+

“5•20脱单大作战” 互动H5

信息流精准投放覆盖母婴
人群和过敏症状人群

11.14K

3,391

信息流曝光

32.89M+

信息流点击量

342K+

总点击量

343.7K+