

Mlily梦百合（中国）“零压行动”品牌公关营销传播

- ◆ 广告主：Mlily梦百合（中国）
- ◆ 所属行业：家具行业
- ◆ 执行时间：2015.3-2015.10
- ◆ 参选类别：内容营销类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

背 景

目前全球正处于信息爆炸的迅速发展阶段，每个人每天面临着来自四面八方的巨大压力，很多工作职位都处于高压状态，尤其在中国，背负的压力更是令人惊讶，值得注意的是，长久处于压力大的状态中对人的身体会带来极大的伤害。在这种社会现状下，床垫品牌Mlily梦百合率先提出了“零压行动”，号召人在繁忙的生活和巨大工作压力下，给自己减压舒压，享受零压生活。





目 标

- 1、提升产品的关注度和认知度，提高梦百合的美誉度；
- 2、打造梦百合品牌企业文化“零压生活”，树立品牌的影响力；

挑战和困难

- 1、如何选择宣传主题的活动载体，才能将传播的影响力放大到最大；
- 2、传播上如何从新颖概念的认知引向梦百合的零压产品；
- 3、国人长久以来睡硬床的固有习惯一时难以改变；
- 4、国外执行项目，难度颇大。





Top
Mobile
Awards

洞察&策略



洞 察

- 1、社会发展迅速，人们在生活中或多或少会遭遇一些来自社会、家庭的压力。如果对此问题不加关心，长此以往，会对身心健康造成很大的危害，人们需要解压；
- 2、虽然国人的生活水平越发提升，但是对于自身健康的重视程度远不及发达国家人群，其次对于解压的方式上，也是相当匮乏的，故在睡眠解压的方式进行传播，倡导人们通过提升睡眠质量来达到解压的效果；
- 3、IT、制造行业、互联网行业人群普遍工作强度、压力较大，选择在媒体曝光率超高的硅谷高创会相当具有典型性。

传播策略

以品牌曝光度和销售转化率为传播导向，结合公关和活动两条线路，在品牌曝光量提高的同时促进终端销售

零压生活领导者

(畅销美国/权威技术/健康生活)

引发社会对减压话题关注

专家、媒体、名人、经销商、社会力量引发社会讨论

广泛的媒体曝光、话题营销造势、街头采访、病毒视频，形成高频度品牌曝光

—引发期待关注

集中压力问题群体

形成社会热点，解决生活方式问题

开启“零压行动”，在美国硅谷高创会让“零压行动”风靡全球

—形成热议&参与

引领零压生活产品行业趋势

记忆绵产品推广
零压解决方案推广

CEO形象包装及理念打造：所有的高科技都要回归生活的本源，简单至真最零压

—提升品牌格调

亮点

1、主题新颖，与公益相结合，国际化传播；

为了帮助大家缓解压力问题，家居床垫领导品牌Mlily梦百合率先提出了“零压行动”，由国内走向国际化，倡导大家“零压生活”“零压睡眠”。

2、大型活动借势传播，传播更具亮点

在第五届美国硅谷高创会上，Mlily梦百合选择在压力最为集中的美国硅谷，将“零压行动”计划推向全世界。

3、品牌定位国际化，品牌文化有高度、有态度

让全世界人认识到生活的压力危机，并积极引导大家为生活减压，从而渗透Mlily梦百合“零压生活”计划的新概念、新高度，从社会问题的思考中认知Mlily梦百合的品牌形象及产品；

4、传播手段创新，就方式新组合

本年度的品牌传播，即结合线下传播活动形式，同时利用新媒体传播方式，病毒视频、视频营销、热门话题营销，社交媒体营销、行业话题营销等多种方式相结合，即提高产品知名度、好感度，形成口碑传播；能够树立梦百合的“零压生活”文化；





Top
Mobile
Awards

媒介&执行

传播执行

Step 1: 零压生活造势

公关活动

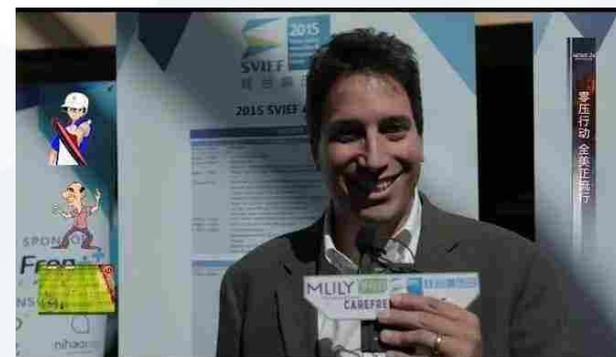
美国大众调查——硅谷街头压力采访

高创会前期造势，在高压人群聚集区的硅谷进行美国街头采访，以硅谷为圆点对外扩散，引发国内社交媒体上网友对压力的大面积讨论

公关活动

美国名人调查——科技大佬拍摄VCR助力“零压行动”

高创会前期造势——群星拍摄VCR，特斯拉董事Ira Ehrenpreis、美国国会议员赵美心、美国著名影星&天使投资人Ashton Kutcher 共同推荐Mlily梦百合产品，视频在高创会结束后会在社交平台同步推送传播，同时国内媒体新闻稿造势，Mlily梦百合作为中国家居业唯一受邀品牌参加硅谷高创会，品牌影响力非同凡响，梦百合CEO倪张根作为代表发言，风头完全压过一起前来与会的搜狐CEO张朝阳。



传播执行

Step 2 : Mlily梦百合高调亮相美国硅谷高创会

公关活动

Mlily梦百合硅谷高创会

会议期间，利用硅谷高创会的超强影响力，在宣传物料、展位资源、与会礼品等多处进行品牌露出，并通过会议流程植入、播放品牌宣传片及街头采访视频的方式，宣传梦百合品牌，突出梦百合倡导的“零压行动”的理念，最大程度的扩大品牌影响力。



传播执行

Step 3 : Mlily梦百合零压产品热销

媒体报道

Mlily梦百合畅销美国的秘密——畅销美国 零压生活

媒体全面报道该事件，进一步提升Mlily梦百合品牌知名度、传播零压生活理念，在全世界推广“零压行动”，同时提升整体品牌形象，促进销售终端和渠道开拓的竞争能力和溢价能力。本次传播不仅仅完成一级媒体投放，更引发了ugc内容创作和病毒传播反应。很好的提升了Mlily梦百合品牌在媒体上的关注度、提升了品牌的科技创新形象、零压生活理念得到进一步传播和认知，梦百合和硅谷高创会的搜索结果呈现，甚至达到了洗版的效果。



This is a promotional advertisement for Mlily Mattress. It features a photograph of a man and a woman sleeping peacefully in a bed. To the right, a smartphone displays the Mlily app interface, which shows sleep data and provides real-time updates. The text "连接·爱" (Connecting Love) and "智能床垫 IMATRESS" (Smart Mattress IMATRESS) are prominent. Below the image, there is a date "SEPTEMBER 30TH, 2015" and the headline "智能床垫第一品牌Mlily梦百合 畅销美国".

This advertisement focuses on the smart features of the Mlily mattress. It shows a smartphone displaying a graph of sleep patterns. The text "连床垫也智能了，你可以用它监测自己或者父母的睡眠" (Even the mattress is smart, you can use it to monitor your own or your parents' sleep) is at the top. Below, it says "现在，任何东西只要沾上了‘智能’二字，那就跟你可灰姑娘穿上了水晶鞋一样。" (Now, anything with 'smart' in it is like Cinderella's glass slipper). It also mentions that the mattress can be used to monitor heart rate and breathing status.

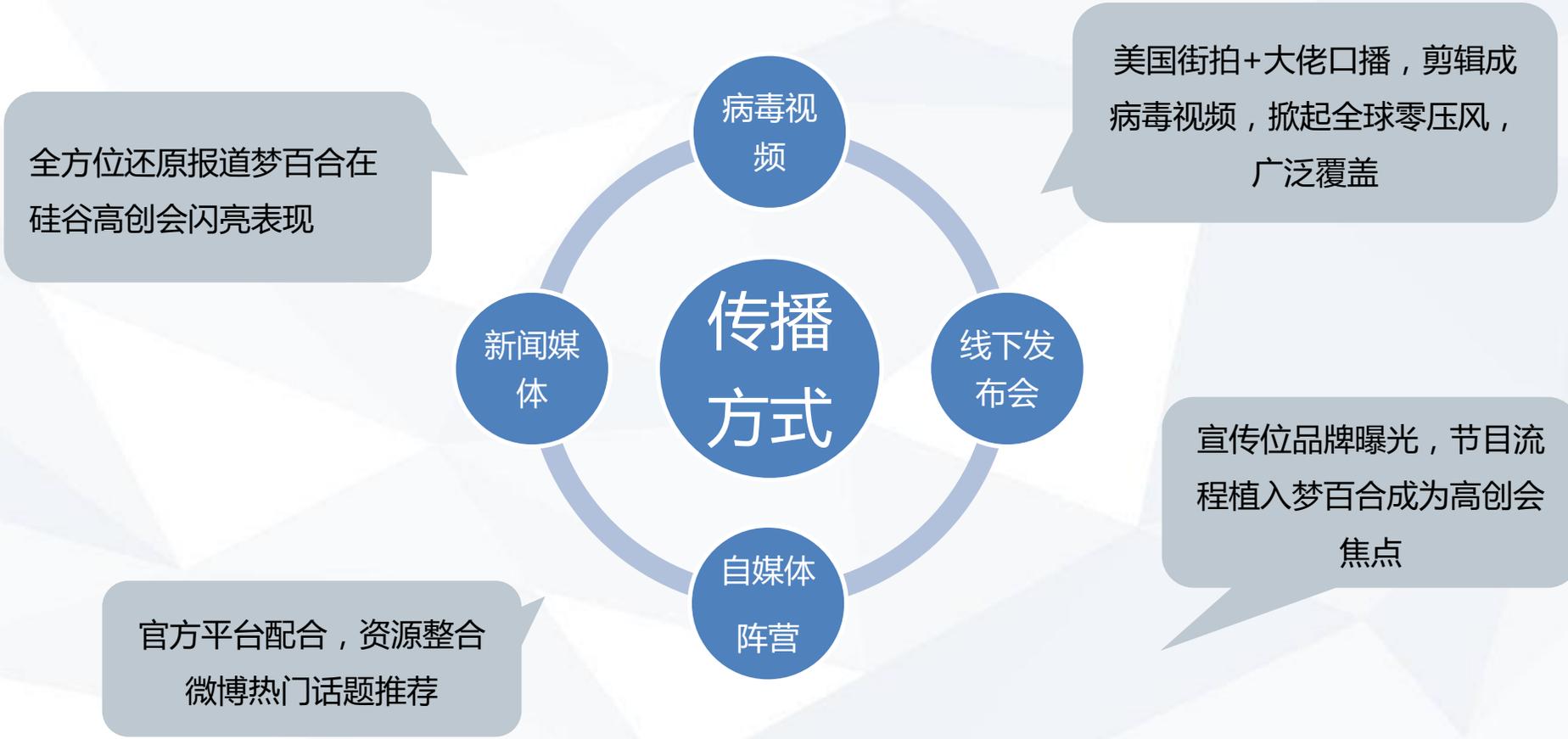
- Sep 30, 2015
 - kun wang
 - No comments yet
 - 地方新闻
- Related**
- 2015年聯邦預算赤字創八年最髙
 - 墨西哥水庫水位降低 水壩計畫重災區
 - 最後一班美航空從SFO即時代點

这家公司梦百合的公司展示了他们的新款智能床垫 iMattress. 这款床垫内部置有芯片，能够感知并记录用户的睡眠情况，例如翻身次数、呼吸状况、心率、有效深度睡眠时间等等。而想要读取这些数据，用户只需要用电子设备扫描二维码绑定床垫就可以完成。换句话说，商家费尽心机把床垫变智能，也就是希望通过把床垫同现代人最关心的健康联系在一起而找到新的商机。

媒介策略

国内主流媒体+国外主流媒体，在全世界推广“零压行动”

官方自媒体 + 互动平台 + 社会化媒体 + 传统媒体





Top
Mobile
Awards

效果&反馈

传播效果

传播效果：本次MIily梦百合媒体发布：累计直接覆盖粉丝数达**39509672**人次，直接阅读量达**23715592**人次——传播覆盖人群范围之广，有效传递了品牌信息及品牌理念；零压行动获得微博热门话题榜前三、热门微博前10、行业杂志封面人物报道、重要媒体首页位置露出、搜索引擎关联传播。名人站队，**特斯拉董事、张朝阳**等名人为“零压行动”呐喊，**美国国会议员赵美心**为MIily梦百合董事长**倪张根**颁发特别奖。“梦百合”、“硅谷高创会”的搜索结果甚至达到刷屏效果。

传播亮点：大咖视频点击量高达**70**万余次；《酒店职业经理人》**封面人物倪总**；搜狐科技**PC端和客户端的首页推荐**；南方日报**自主报道**零压行动引发热议；**海底捞、卓玛泉、蜂投网、Fang天下、交通银行**等优质品牌**借势零压行动进行传播**；大咖视频传播在社交媒体上引发广泛关注和热议；海外媒体同步宣传，达到中美媒体同步覆盖。

搜索引擎：

- ✓搜索数据：搜索关键字“MIily梦百合 高创会”，百度搜索相关新闻**167000**个；搜索关键字“梦百合高创会”，百度搜索相关新闻**12000**个；搜索关键字“MIily梦百合”，百度搜索相关新闻**73900**个；搜索关键字“零压行动”，百度搜索相关新闻**168000**个。
- ✓搜索框相关词汇：搜索关键词“零压行动”，百度出现“零压行动”百度百科资料，出现“酒店零压房”，“梦百合零压行动”等关联词。百度搜索关键字“高创会”，出现关联词“梦百合高创会”，百度搜索关键字“梦百合”，出现关联词“MIily梦百合高创会”。
- ✓百度指数：10月份前平均整体趋势在**280**左右，10月后浮动较大，最高达到**1080**，说明这次传播起到了很好的效果。
- ✓百度百科：永久性建立 零压行动、高创会等词条，对品牌起到长尾传播效应。

效果&反馈

2015Mlily梦百合硅谷高创会-病毒视频

直接累计点播量**719652**人次，腾讯科技频道首页推荐、优酷生活频道首页推荐



2015Mlily梦百合硅谷高创会-新闻报道移动端

搜狐、网易等主流新闻门户客户端、微信公众号、微博客户端均出现自发转载和报道



搜狐客户端推荐



新闻关键词推荐



微信自发传播

效果&反馈

2015Mlily梦百合硅谷高创会-微博热门话题

微博话题首页推荐 #硅谷零压行动# 阅读数1951.4万，讨论数1.3万

序号	上榜时间	话题名	阅读数	讨论量	发布链接
1	10月20日	#硅谷零压行动#	19,514,000	13,000	http://weibo.com/p/100808ca1211f8ed787d6327efd6806a032983

PC端热门话题榜第三位



PC端1小时热门榜第二位



客户端首页推荐



客户端明星频道首页推荐



效果&反馈

2015Mily梦百合硅谷高创会-百度搜索

百度搜索“硅谷高创会” 高峰时期满屏为梦百合的相关新闻报道，成为硅谷高创会的最大赢家，并出现众多相关词汇

百度搜索零压行动：百度百科词条永久为品牌背书，同时出现两个“梦百合”相关词汇，品牌为最大赢家

网友热搜

关注点	关注热度
零压行动下一个冰桶挑战	★★★★★
零压行动正在全美蔓延	★★★★★
零压行动全球召集令	★★★★★
零压行动到底是什么鬼	★★★★★

高创会搜索

Mily 梦百合高创会

百度为您找到相关结果约167,000个

Mily 梦百合高创会的最新相关信息

Mily 梦百合零压行动为什么能火爆高创会?

Mily 梦百合与特斯拉硅谷高创会邂逅 光明网 8小时前

零压行动

零压行动 百度百科

零压行动(Carefree Lifestyle) 号取现代人在繁忙的生活和工作压力下,定期给自己减压方法,每周至少用一天时间享受零压生活,具体减压方式包括减压操...

Mily梦百合零压行动从硅谷到全球 新浪家居

2015年9月30日,在本次高创会上,最吸引眼球的,必然是由梦百合领导的“Mily梦百合,媒体的火热报道,硅谷大使的鼎力支持,将这个来自中国的家居品牌一下子推上了...

零压行动的最新相关信息

Mily梦百合火爆高创会:引领零压风暴

但是最近几天,在硅谷最热的却不是科技,而是“零压行动”。据悉,“零压行动”来自于9月27日的第五届硅谷高科技创新创业高峰论坛,是由“零压生活”倡导。

常用MALL发起零压行动,60万网友组团减压... 全年网 10月29日

东洲MALL发起零压行动,60万网友组团减压,百度 10月27日

Mily梦百合领导零压行动,专利技术改变生活... 网易科技 10月24日

“零压行动”有点火,网易新闻 10月23日

零压行动:下一个冰桶挑战?——凤凰网房产北京

2015年10月14日,在硅谷高创会上,受到追捧的Mily梦百合已经将自己领导的“零压行动”推广到了很多地方,有越来越多的硅谷大体会体会到了“零压生活”的好处,但是Mily梦百合... 百度资讯

零压行动

零压行动 百度百科

零压行动(Carefree Lifestyle) 号取现代人在繁忙的生活和工作压力下,定期给自己减压方法,每周至少用一天时间享受零压生活,具体减压方式包括减压操...

零压行动搜索

零压行动(Carefree Lifestyle) 号取现代人在繁忙的生活和工作压力下,定期给自己减压方法,每周至少用一天时间享受零压生活,具体减压方式包括减压操...

Mily梦百合火爆高创会:引领零压风暴

但是最近几天,在硅谷最热的却不是科技,而是“零压行动”。据悉,“零压行动”来自于9月27日的第五届硅谷高科技创新创业高峰论坛,是由“零压生活”倡导。

常用MALL发起零压行动,60万网友组团减压... 全年网 10月29日

东洲MALL发起零压行动,60万网友组团减压,百度 10月27日

Mily梦百合领导零压行动,专利技术改变生活... 网易科技 10月24日

“零压行动”有点火,网易新闻 10月23日

零压行动:下一个冰桶挑战?——凤凰网房产北京

2015年10月14日,在硅谷高创会上,受到追捧的Mily梦百合已经将自己领导的“零压行动”推广到了很多地方,有越来越多的硅谷大体会体会到了“零压生活”的好处,但是Mily梦百合... 百度资讯

高创会

mily梦百合高创会

高创会 梦百合

硅谷高创会

硅谷高创会 游学

美国硅谷高创会

小伙高速路砸车救下一家三口 几秒后车爆炸

夏洛超越泰园票房

朝鲜女服务员走红

女篮前国手患癌

道比爸比用娃求婚

扬州炒饭标准出台

小伙高速砸车救人

男童误食剧毒

关于零压行动,网友正在热搜

关注点	关注热度
零压行动下一个冰桶挑战	★★★★★
零压行动正在全美蔓延	★★★★★
零压行动全球召集令	★★★★★
零压行动到底是什么鬼	★★★★★

反馈

受众： 无论是媒体评论，还是微博话题的探讨，梦百合“零压行动”的传播都引起了受众极大的反响，微博#硅谷零压行动#，引发了13000+的微博网友的发言，高创会举办之后，更有包括搜狐、网易、21世纪经济报道、国际金融报、每日经济等主流媒体对梦百合CEO倪总进行专访报道，反响不俗。

客户： 本次传播取得了非常好的效果，为梦百合品牌知名度的提升起到了相当大的作用，甚至在后续产品的销售中，也获益颇多，这里不多赘述。此次传播成功的关键点，我司总结为从人文关怀的角度出发，很好地将品牌“零压”的理念融入到高科技论坛会议之中，并结合梦百合布局全球额度战略目标，利用高创会以及美国KOL的高度影响力，高效地传播梦百合的品牌。同样的，此前预热的美国街头的街坊短片和之后的几个百科词条的录入，以及今年春季的国际名家具（东莞）展览会一系列传播，都对本次的传播起到了极大的作用。

媒体： 媒体方面，硅谷高创会本身具有的话题效应大幅露出了梦百合的品牌，加上梦百合在会议中提出的零压概念，让在场的诸多科技公司纷纷赞同，自然而然的成了媒体主要宣传的新闻点，中国日报网甚至为梦百合冠以“智能时代的零压追梦者”的称号。