

“没有套路，指有更好丸” 众生药业新春借势营销

- ◆ 广告主：众生药业
- ◆ 所属行业：医药
- ◆ 执行时间：2016.2.1-2016.2.29
- ◆ 参选类别：互动体验类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

●背景：

每逢春节，众多品牌围绕新春打出的“借势营销”早已成为众多商家推广的“套路”。然而一味追求贴合节日却忽略消费者在春节里的真实需求，显然早已成为消费者洞悉一切的套路。

那么作为广东地区传统药企——众生药业，如何借势春节走出不同寻常的借势之路？

●**目标**：众生药业在两广地区已享有十分高的知名度，旗下产品众生丸能“下火”、“清热”的功效更是家喻户晓。但在全国其他地区，消费者对众生丸的认知度较低。如何在新春期间**让全国更多年轻消费者认识众生丸，并传递“上火就吃众生丸”的产品诉求**成为众生药业今年互联网营销的首要任务。



Top
Mobile
Awards

洞察&策略

洞察：

越来越多年轻人已然成为“低头族”。尤其在春节，品牌洞察到年轻网民在**新春期间作息不规律**，喜欢吃香喝辣，极易引起“上火”的症状，与众生丸传递的专治**“喉痛极易上火”**诉求点高度契合。

春节移动端时长大涨

春节期间用户手机使用时间比平时高出2.99倍

媒介洞察：春节期间用户移动端“粘性”远超PC

无手机，不春节

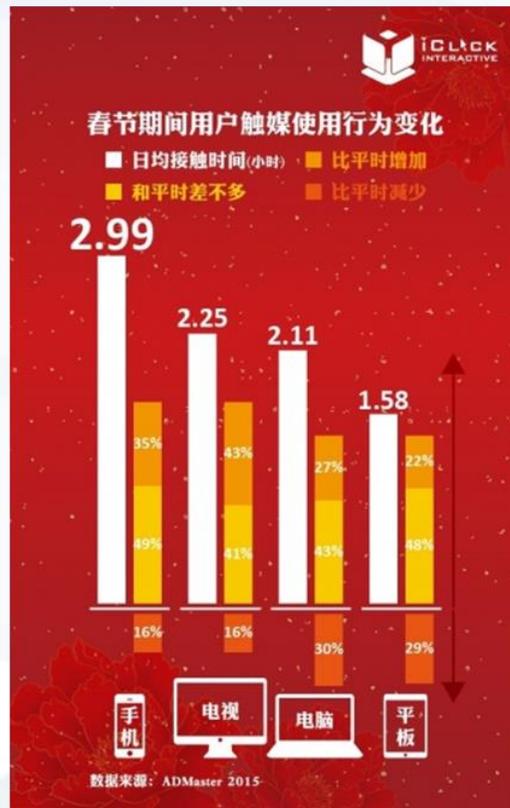
AdMaster的2015年春节数据也显示，手机超越电脑，成为春节期间最长使用的触媒设备：用户平均手机使用时长达到2.99小时，35%的网民会增加使用手机的频率。



家人聚会“机不离手”



随时随地抢红包，摇敬业福



春节期间PC互联网流量较节前下降了30%；春节期间移动端人均上网时长从10.8分钟上升到12.4分钟，且夜猫子明显增加；



Top
Mobile
Awards

创意：

让TA形成反射弧：过年上火就吃众生丸！

众生丸新春传播主题：

热辣猴年不上火
上火还得众生丸

策略：

因此借势春节，围绕“热辣猴年不上火，上火还得众生丸”主题定制以移动端为主阵地的互动营销，吸引春节期间“易上火”的年轻网民，让品牌与网民深度互动沟通。同时基于微信用户春节期间“抢红包”的习惯开发一款让用户“上火”的微信HTML5小游戏，让品牌摆脱推广套路，跟用户通过指尖真正“丸”到一起。

大势的触媒习惯

移动

+

热势的节日营销

春节

=



1. 移动端定制“抢不到的红包”互动，用创意跟年轻人“玩上火”

借春节“抢红包”热潮，定制互动H5，实现品牌与年轻消费者深度沟通



年轻人最潮的拜年神器

随着微信支付手段成熟，春节期间，大家除了回家团聚，最热衷的事情莫过于抢红包，年轻人基本“机不离手”为了红包彻夜不眠；甚至抢红包热潮带动了一大波的微信表情包走红；



抢不到红包=上火!!!

自从微信推出了【拼手气红包】功能，红包变得随即且有限，年轻人只能拼手气、拼网速、拼速度来抢红包，抢红包的动作不但吸引了用户长时间离不开移动端，更让红包牵动着千万用户的过节心情，抢不到红包的就会很容易造成情绪上火；



【抢不到的红包】让人很“上火”！

借春节“抢红包”热潮，定制互动H5，实现品牌与年轻消费者深度沟通



定制新春抢红包游戏，将用户从贴片强力引流至微信互动，借力H5抢红包热度，传递“上火就吃众生丸”诉求

过年什么最抢手？“抢红包”！

制造令人意想不到的“套路”：为什么抢不到红包的总是我？！

2. 获取用户感情认同，众生丸化身下火神器，送绿福袋看剧无广告秒降火

众生丸降火老司机深谙消费者心态，大手笔发“福袋”为用户送福利，搏好感！

从移动端众生丸贴片无缝引流至H5互动页面，红包的页面设计引导用户参与互动



通过抢不到的红包让用户先上火，再利用抽“绿福袋”送爱奇艺VIP月卡，关联产品形象带出下火诉求！

文案调侃“红包”（红罐凉茶）不能下火

还得“绿福袋”（众生丸）才能降火过好年





Top
Mobile
Awards

媒介&执行

执行：

借助新春移动端热潮，众生丸针对爱奇艺视频移动端的年轻消费者放大招，**三招**让品牌与年轻人“丸”到一起。

第一招：众里寻TA，精准锁定易上火人群传递品牌诉求

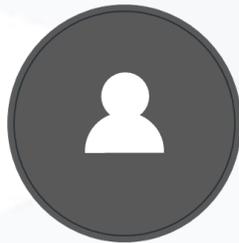
依托互联网大数据运算支持，为众生丸精准找到25~35岁的年轻人群。在爱奇艺移动端以创意贴片包框的广告形式强势曝光品牌TVC，并通过奖励提醒触发用户点击参与互动，为品牌移动端的H5互动最大引流。

贴片投放三大策略



移动端

锁定爱奇艺移动端贴片投放，
新春包框互动贴片曝光



众里寻TA

抓取25~35岁，易上火用户标签
精准用户集中投放



定向省份

首开广东、广西、湖南、河南四大省
为品牌发力全国预热

集中覆盖用户最多的移动端

新春期间100%移动端贴片+新春包框创意，强推**热辣猴年不上火**主题，关联春节上火情境加深用户记忆；

投放平台：移动端
投放时间：2016年2月1日-2月28日
投放形式：15' 前贴片

贴片总曝光：
7752万

执行时间	保底曝光人次	实际曝光人次	总体溢出人次
27天	71,429,000	77,521,762	6,092,762
点击量：5,914,910人			
点击率：7.63% (远超医药行业平均值2.0%)			

数据来源：AdMaster 2016.03.01





贴片玩创意，新春主题贴合热辣主题不失红红火火

整合新春主题元素及众生丸品牌元素，创意定制移动端前贴片，吸引眼球增加点击；

新春创意贴片，节日强关联

整合新春主题元素及众生丸品牌元素，创意定制移动端前贴片，吸引眼球增加点击；

01

新春猴年主题贴片

根据春节主题独家定制贴片主题包框，让视频前贴片不再单调无聊；

02

品牌TVC元素融合

融合众生丸绿丸子多种形象，与背景无缝融入，凸显品牌年轻化；



03

丰厚大奖引流互动

贴片右下角显眼位置提示互动入口，更有爱奇艺VIP卡赠送，成功吸引眼球，将广告转化率提升；



第二招：借红包热潮与网友深度沟通，“丸”上火才过瘾

爱奇艺基于微信抢红包热潮并引发上火情绪的现象为众生丸独家开发一款微信朋友圈的抢红包的H5互动小游戏。通过移动端视频贴片广告直接引流用户至手机互动页面，将创意的互动形式与丰厚的奖品结合，为品牌迅速积累大批粉丝好感度递增。

2.借热点，移动端定制互动用户深度沟通



年轻人最潮的拜年神器

随着微信支付手段成熟，春节期间，大家除了回家团聚，最热衷的事情莫过于抢红包，年轻人基本“机不离手”为了红包彻夜不眠；甚至抢红包热潮带动了一大波的微信表情包走红；

抢不到红包=上火!!!

自从微信推出了【拼手气红包】功能，红包变得随即且有限，年轻人只能拼手气、拼网速、拼速度来抢红包，抢红包的动作不但吸引了用户长时间离不开移动端，更让红包牵动着千万用户的过节心情，抢不到红包的就会很容易造成情绪上火；



过年什么最抢手？“抢红包”！

从移动端众生丸贴片无缝引流至H5互动页面，红包的页面设计引导用户参与互动



第三招：紧贴社交热话题，互动刷爆朋友圈

节前刷爆微信朋友圈的“红包照片”事件，众生丸不仅发红包为用户降火，更化身段子手，调侃微信的红包照片功能，借力热话题吸引更多潜在人群关注活动，参与及转发，让“下火神器”众生丸红遍朋友圈。

转发调侃红包照片，化身段子手高能吸睛



一场关于“红包”的博弈之战



Top
Mobile
Awards

效果&反馈

效果：

移动端贴片曝光：7752万，平均点击率：7.63% (大大高于同行业广告贴片)

互动参与人数：19.3万 (上线3周内)

派发爱奇艺VIP卡：3000张

(数据来源：AdMaster&爱奇艺后台数据 2016.03.01)

互动参与火爆，品牌好感度猛增

春节抢红包的互动火爆，短期内积聚超多用户涌入，因此将中奖概率略往下调，确保会员卡顺利派发；



193,570 人次
参与众生丸H5互动

3000 张
爱奇艺VIP月卡
爱奇艺VIP月卡被激活，春节看大片



H5的互动形式创新，搭载爱奇艺VIP卡影响力，

共获得了 **19.3** 万 (UV) 用户参与，中奖概率约为 **1.5%**

互动抽奖会员卡激活情况

id	create_time	info	id	create_time	info	id	create_time	info
113 108 152 178	2/20/16 16:50:49	2E27-E232-0AE3-E62E	42 235 10 131	2/20/16 18:41:41	0539-33AA-EF02-A16D	117 136 79 51	2/20/16 01:05:54	8862-26DE-09BD-ED40
113 108 152 178	2/20/16 16:51:52	42D5-D43E-2227-3935	116 264 4 101 369	2/20/16 18:42:28	885A-7A2D-D427-204E	117 136 81 86	2/20/16 01:07:26	FCD8-68AA-CC0B-A294
16 16 242 32	2/20/16 17:08:31	4187-0A9F-EE9E-03E5	117 136 48 136	2/20/16 18:42:32	469C-368B-0D04-03AA	182 113 197 16	2/20/16 01:09:22	18C0-1A0F-7FD7-6934
117 136 40 148	2/20/16 17:34:42	8F64-01D2-920A-CE59	42 238 0 178	2/20/16 18:42:34	98F6-7FE2-8C31-6A84	183 81 18 106	2/20/16 01:10:13	AC0B-86A4-123B-0F13
222 217 191 66	2/20/16 17:53:11	CF7D-9036-200A-E83E	116 151 121 49	2/20/16 18:42:36	2538-896C-FE3D-5984	112 97 60 76	2/20/16 01:11:04	088D-F0F8-F36E-8D8A
183 9 132 103	2/20/16 18:00:28	D4EF-8B19-11ED-9776	112 232 206 188	2/20/16 18:42:37	19F8-B0E1-CE8F-8CBA	115 56 64 212	2/20/16 01:24:50	138E-C09E-85F8-FE78
58 262 61 108	2/20/16 18:03:06	4F9E-0186-0D1A-E834	112 232 206 188	2/20/16 18:42:37	19F8-B0E1-CE8F-8CBA	14 221 162 59	2/20/16 01:25:40	8864-8C41-1309-8430
113 242 226 67	2/20/16 18:06:36	76D6-31E8-3F66-F58F	113 77 60 121	2/20/16 18:42:38	2230-8028-EA7C-10FD	222 216 55 244	2/20/16 01:37:57	0C09-8ECC-27A6-2A0A
113 111 122 15	2/20/16 18:10:47	199F-C476-8D27-F136	42 238 0 178	2/20/16 18:42:38	03AD-806A-8C2C-6A69	218 138 83 2	2/20/16 01:40:14	7C77-0F6E-01CC-882A
183 21 56 84	2/20/16 18:11:19	0D7E-9713-9A55-88C7	125 64 163 104	2/20/16 00:01:12	267F-8C9F-DC46-8DB9	116 1 51 27	2/20/16 01:45:18	470C-088B-1817-7A88
123 10 190 42	2/20/16 18:14:53	488A-C41F-C0E3-0F30	14 168 4 116	2/20/16 00:01:55	8906-588F-AD8F-FE53	223 73 214 236	2/20/16 01:45:48	858A-DDA9-2C3A-A024
1 193 167 0	2/20/16 18:15:45	9056-89D0-1580-6C34	163 204 222 223	2/20/16 00:02:13	E88F-1C82-1623-F788	262 89 196 173	2/20/16 01:54:06	2508-6946-B402-968D
113 89 297 143	2/20/16 18:17:21	E78B-80FF-203F-C0E6	69 39 39 205	2/20/16 00:02:52	9F82-8F37-C88E-E671	183 7 47 96	2/20/16 01:56:30	971C-0336-58A-9031
119 140 143 240	2/20/16 18:20:56	14C3-C081-CA25-F30B	113 108 200 187	2/20/16 00:03:18	8448-4786-20A4-C177	183 7 139 75	2/20/16 02:02:32	7A1D-EF09-888F-25AC
15 222 21 705	2/20/16 18:21:30	A11D-841E-201A-1804	206 106 222 206	2/20/16 00:06:52	6E36-3081-10E5-106A	118 267 74 69	2/20/16 02:07:13	2CA8-8C0E-09AD-8E13
223 151 25 64	2/20/16 18:23:03	7DAD-3435-8506-2C13	183 21 2 196	2/20/16 00:10:14	0A8D-F68A-672D-776D	221 15 10 106	2/20/16 02:32:41	C6E5-2A83-810B-E541
115 62 127 238	2/20/16 18:25:34	271A-182F-8D14-8A6A	176 16 98 98	2/20/16 00:10:24	29E1-78E1-831C-8E8A	118 240 4 206	2/20/16 02:07:11	8A0B-80FA-F4AC-E429
183 6 152 42	2/20/16 18:27:32	47EE-1929-3084-27D8	223 74 26 188	2/20/16 00:14:51	1A26-18E8-A730-7137	116 26 1 163	2/20/16 03:18:45	50DD-4D18-8452-8A78
223 137 42 197	2/20/16 18:29:34	8E21-182A-8301-88F8	154 230 39 206	2/20/16 00:19:34	F636-78E9-048F-80FF	222 210 129 181	2/20/16 03:24:30	71A8-0E0E-806C-0429
112 96 64 132	2/20/16 18:30:35	8782-C5E2-44A6-9238	223 73 184 109	2/20/16 00:22:50	F1E2-3C7F-7819-79AF	112 92 247 185	2/20/16 03:29:40	12DB-16AA-971C-F49F
14 114 91 56	2/20/16 18:31:09	90C1-9F0E-AC08-6796	117 136 12 163	2/20/16 00:25:29	8C0A-8E8A-4A0D-7224	223 73 200 193	2/20/16 03:43:45	1C17-348E-2111-56CC
61 54 211 44	2/20/16 18:31:23	E812-27EF-2044-8E84	183 10 188 30	2/20/16 00:27:00	D162-028A-826E-CFAA	120 239 10 34	2/20/16 03:55:44	CE8C-882D-AC3B-2206
219 130 73 138	2/20/16 18:32:53	5B82-858A-A144-0007	110 174 81 30	2/20/16 00:29:46	1804-C4C5-028E-8C4C	113 22 8 10	2/20/16 04:04:06	D8E2-444B-038E-F789
123 66 127 134	2/20/16 18:33:06	E872-8684-D282-C085	110 63 32 109	2/20/16 00:31:25	A1A8-088A-E5FF-7880	119 35 176 90	2/20/16 04:05:05	722C-AC1A-E5D7-079F
14 36 31 187	2/20/16 18:33:57	A63A-C48E-A8ED-A748	27 44 68 76	2/20/16 00:42:18	F38D-3376-081F-3636	120 197 200 68	2/20/16 04:07:50	846C-F48B-203E-E788
183 204 160 75	2/20/16 18:34:09	44E8-2F-99-26D3-D8C5	116 31 5 7	2/20/16 00:43:21	0DFF-6216-89C3-FDEC	113 79 191 112	2/20/16 04:09:22	112C-CDFF-F820-4A06
223 104 4 209	2/20/16 18:34:16	7311-8A37-918C-848C	183 20 231	2/20/16 00:43:38	76E2-5A8E-838A-A821	1 180 245 71	2/20/16 04:47:33	3266-8C30-87C4-8E89
50 34 141 163	2/20/16 18:36:47	2D43-09D0-231F-9933	183 21 204 173	2/20/16 00:44:05	7683-F884-AD93-33CF	119 137 211 164	2/20/16 04:55:59	48A1-AF46-208F-DDC8
117 140 181 71	2/20/16 18:37:16	8686-488A-F3CE-8207	218 138 71 207	2/20/16 00:44:22	8A83-20AF-8D8E-8064	27 37 188 81	2/20/16 04:57:06	AD81-17C1-C368-8F28
120 197 202 174	2/20/16 18:37:47	CC87-CDFF-75A9-AE65	176 10 10	2/20/16 00:45:19	484D-848F-C88E-88E8	59 33 116 169	2/20/16 05:11:34	8025-EA0A-C48E-F927
116 130 5	2/20/16 18:39:09	AECB-CA57-293E-A798	219 114 189 166	2/20/16 00:46:29	3897-78E4-844D-B1D0	223 73 176 32	2/20/16 05:23:33	120A-3E0A-C44E-83AA
113 77 97 182	2/20/16 18:41:04	44EC-21D3-108D-A98E	219 239 129 4	2/20/16 00:46:49	3271-38AC-F476-BAE1	219 130 75 223	2/20/16 05:42:32	050E-388B-4D1E-F7FD



Top
Mobile
Awards

喉痛 热气
食众生丸



“众生药业作为OTC传统药业拥抱互联网的年轻化尝试”

借势但不套路，用指尖跟年轻用户丸到一起！

作为拥有30年历史的老品牌，众生丸今年首次拥抱互联网，围绕#热辣猴年不上火，上火就吃众生丸#春节主题，借力互联网将众生丸推向全国，为传统药企借势营销打开新思路；