



Top
Mobile
Awards

慕思-致敬最好的夜晚

- ◆ 广告主：慕思寝具
- ◆ 所属行业：家居行业
- ◆ 执行时间：2016.3.2—2016.3.21
- ◆ 参选类别：效果类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

项目背景

2016年3月21日为世界睡眠日

慕思寝具连续三年借势打造品牌活动

希望将“睡眠日”变成“慕思日”

树立品牌形象并引导目标受众互动



关注睡眠 关注健康

传播挑战

身处移动互联网时代，慕思寝具3月“睡眠日”传播面临三大挑战：

- 如何覆盖海量用户
- 如何精准定位受众
- 如何引导受众互动



Top
Mobile
Awards

洞察&策略

目标人群洞察

慕思寝具面向**24-40岁高收入/高端用户群体**

他们对以下内容具备浓厚兴趣——

金融

财经

健身

旅游

汽车

奢侈品

珠宝

投资

睡眠

养生

核心策略

大数据+技术提升碎片化时代用户的参与性
以数据为基础，定位慕思目标消费者

数 数据定位

聚 情境聚合

以情境为依据，聚合精准的营销方式
大数据+场景化双结合，有效覆盖海量头条用户

化 目标转化

以转化为目标，优化素材和投放逻辑
大数据+工具应用，实现营销的品效合一

创意性

去品牌化推广，对消费者做睡眠观念的引导，产生睡眠解决方案的品牌联想

定制创新创意睡眠调查问卷，利用优选人群包进行精准样本调研



唤起移动端全网互动用户热情



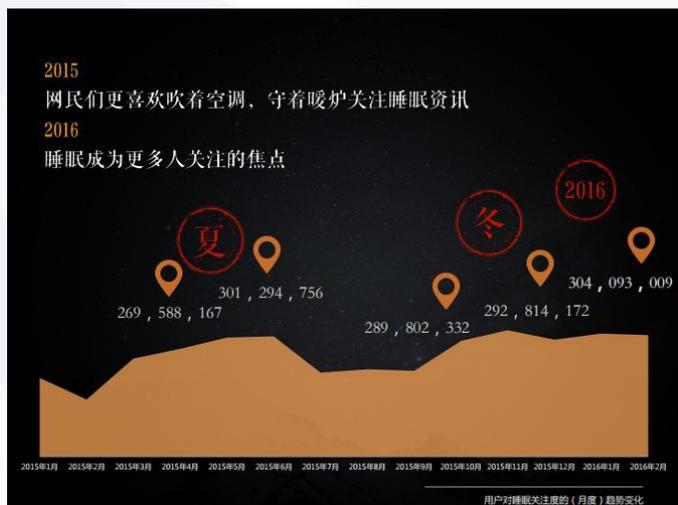
Top
Mobile
Awards

媒介&执行

睡眠指数数据收集

整合今日头条睡眠大数据报告，首次采用大数据+问卷调研的形式，形成《中国中产阶层睡眠指数白皮书》

- 通过对今日头条**1380万**带有“睡眠”标签的用户数据分析形成睡眠指数大数据报告



睡眠指数数据收集

慕思联合中国睡眠研究会、今日头条进行互联网用户睡眠指数收集

- 本次调查以移动端为主阵地，以H5形式开展互动调查，
区别于以往数据调查取样的局限性，让白皮书的数据更为科学、权威



慕思优选人群包人群标签示例：

金融、财经、健身、旅游、汽车、奢侈品、珠宝、投资等

调查页面链接：http://2015.derucci.com/haiquanwan/wx/sleep_survey_test/index.php

睡眠指数数据收集

将全量级样本分析和精准样本调研进行复合处理，形成了《中国公民睡眠白皮书》

- 通过今日头条**优选人群包**，精准定向目标人群作问卷调研

根据**调查内容、季节内容、社会关注热点**，不断更新优化素材，吸引用户参与调查



发布时间：2016.3.2-2016.3.6

全网互动唤醒

通过世界公民“慕思”发表最美好夜晚的独白，唤起用户对最美好夜晚的记忆与关注，

以**普通人上头条示例互动**，唤起用户对最美夜晚的参与兴趣，

将“世界睡眠日”融入可共鸣互动，促使扩散传播



世界公民的独白



世界公民的最美好夜晚



上头条互动



美国游抽奖

全网互动唤醒

- 《世界公民致敬最美好的夜晚》**开屏**，通过全网联动让情感触达受众，让睡眠更具仪式感

全网联动开屏

头条开屏



头条 今日头条
您关心的 才是头条
All Rights Reserved Toutiao.com

投放时间：3.15



头条 今日头条
您关心的 才是头条
All Rights Reserved Toutiao.com

投放时间：3.18



头条 今日头条
您关心的 才是头条
All Rights Reserved Toutiao.com

投放时间：3.21



邮箱大师
MAIL MASTER



新浪新闻
每日新闻 每日新闻



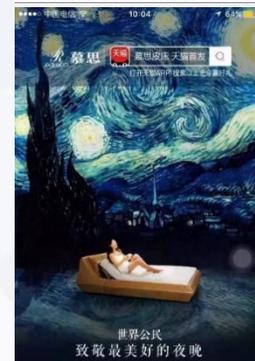
第一财经
中国最好的财经新闻客户端



上搜私知天下
Copyright © 2016 Sina.com. All Rights Reserved.



网易新闻
有态度的新闻门户
Copyright © 2016, NetEase Inc. All Rights Reserved.



网易云音乐

全网互动唤醒

王牌资源导流

- 原生信息流广告助力品牌活动曝光给4500万头条日活用户



社会频道-信息流固定位4-1
投放时间：3.15



社会频道-信息流固定位4-1
投放时间：3.21



社会频道-信息流固定位4-4
投放时间：3.21



Top
Mobile
Awards

效果&反馈

传播效果总览

资源总曝光量：997,868,656

达到预期曝光量600000CPM的166%

资源总点击量：3,379,671

CPC：0.56元，CPM：19.4元



传播到达

上头条互动



在“普通人上头条”互动中，
有效互动参与数：**11,863**

品牌提升

中国睡眠白皮书发布会召开，今日头条在现场发布头条指数，形成长尾传播

- 综合今日头条大数据和调研发布“2016中国中产阶级睡眠指数白皮书”
- 举办世界睡眠日健康+梦想论坛，携手李开复、吴晓波探寻睡眠与成功的关系



销量支持

本次传播引导“慕思”等关键词的百度指数增长

直接推广了产品的卖点，同时提升了慕思的品牌认知度

销量同比
增长32.9%

时间：2016年03月-2016年03月 地区：全国

按关键词 慕思 慕思寝具 慕思床垫 慕思官网 慕思凯奇 确定

指数概况 2016-05-09 至 2016-05-15 全国

	近7天	近30天	整体搜索指数	移动搜索指数	整体同比	整体环比	移动同比	移动环比
慕思			1,060	617	78% ↑	-5% ↓	67% ↑	-12% ↓
慕思寝具			169	100	-20% ↓	-13% ↓	-20% ↓	-13% ↓
慕思床垫			762	160	32% ↑	8% ↑	-21% ↓	-12% ↓
慕思官网			121	57	-19% ↓	-19% ↓	-31% ↓	-18% ↓
慕思凯奇			144	70	-6% ↓	6% ↑	-10% ↓	-10% ↓

指数趋势 2016-03-01 至 2016-03-31 全国

