

# 晚必安×小米，搞定你的睡眠自由

- ◆ **所属行业：** 保健药品
- ◆ **执行时间：** 2019.02.21-04.23
- ◆ **参选类别：** 大数据营销类

## 背景+目标

### 营销背景

2018年，以岭药业推出睡眠类保健品“晚必安·酸枣仁油软胶囊”，酸枣仁具有宁心安神、改善睡眠的作用，且为药食两用，对身体更健康。

### 营销目标

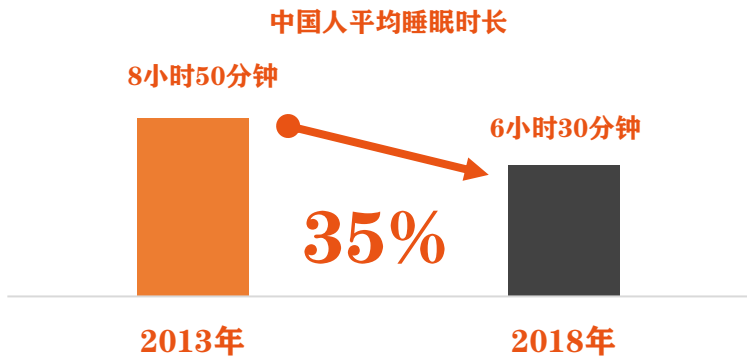
- 1- 迅速引爆新品晚必安的知名度；
- 2- 关联大健康场景，强化用户产品认知，提升行业影响力；
- 3- 引流消费人群到线下药房购买。



# 洞察&策略

## 人群洞察

《2019年中国睡眠指数报告》显示，中国每天有超过5000万90后在熬夜，睡眠问题严重影响了人们的健康生活质量；每年3月21日“世界睡眠日”期间人们更加关注睡眠的重要性。



数据来源：睡眠指数数据报告

## 媒介洞察

作为全球可穿戴设备销量第一的小米手环有睡眠监测功能，通过小米运动APP即可了解用户的睡眠情况，包括深度睡眠时长等数据。



# “向一亿人说晚安”，好睡眠养成计划

小米以科技赋能晚必安，将其打造为健康睡眠必备法宝。

### 互动带入

小米运动与晚必安共同发起挑战赛活动，将改善睡眠质量的问题融入活动中，使用户通过挑战改善睡眠现状，提升用户对晚必安的关注度。

### 数说睡眠

通过小米手环睡眠监测能力，深度了解用户的睡眠状况；利用小米运动APP的睡眠大数据，推出《睡眠白皮书》，为改善用户睡眠质量提出建议。

# 实施&投放

## 第一步：重视睡眠

激发用户参与“百万小时睡眠挑战赛”

### 前期预热



小米运动米动圈限量派发晚必安样品，鼓励用户参与挑战赛

### 发起挑战



用户可根据自身作息状况选择挑战目标，发起挑战赛

### 手环震动提醒



用户可选择开启“手环震动提醒”功能，以便更专注地完成挑战，改善自身睡眠质量。

# 实施&投放

## 第二步：人群关注

### 联合发布 <睡眠白皮书>

#### 直播预热



#### 睡眠白皮书/直播页



#### 全体手环用户震动提醒功能



当天晚必安以冠名及H5页面内容植入形式对《2018中国人睡眠白皮书》进行合作；利用小米运动App资源及新媒体资源进行传播推广。

## 第二步：人群关注

### 生成 <个性化用户睡眠报告>

用户看完《中国人睡眠白皮书》后，通过对个人2018年睡眠数据进行分析，生成数据属于用户自己的睡眠报告，“晚必安”针对性地提出睡眠建议，深入影响用户。

#### 丰富的数据维度



睡眠时长

睡眠总时长  
日均睡眠时长



深睡时长

深睡总时长  
日均深睡时长



做梦时长

做梦总时长  
日均做梦时长



入睡时间



入睡速度



起床时间



失眠情况



晚睡情况



静息心率

## 第三步：养成习惯

### 寻找睡神，打卡“21天睡眠挑战赛”



为帮助用户养成良好的睡眠习惯，发起“寻找睡神-打卡21天睡眠”挑战赛，用户可基于自己目前的睡眠状况设定目标。

举行线上年终盛典，给全年睡眠值排名最高的用户颁发奖品。



### 第四步：强化认知

品牌联合发声，提高行业影响力



#### 助力行业盛会

小米和以岭联合发声，助力中国药店发展报告会议及西鼎会成功举办。

#### 外围媒体强势推广

联合马蜂窝、中国广告人网等十余家外围媒体，传播“好睡眠，向一亿人说晚安”品牌主张，建立传播矩阵。

# 效果&反馈

## 引爆晚必安知名度

白皮书直播播放量**590035**次；  
微信曝光**91,715,680**次，完成率**109.19%**。  
百万小时挑战赛共有**129,836**人参加；  
曝光**81,810,264**次，完成率**111.92%**。



## 提升品牌行业影响力

助力中国药店发展报告会议及西鼎会成功举办；  
十余家媒体传播了“好睡眠，向一亿人说晚安”品牌主张  
提高了品牌市场声量。



# 效果&反馈

## 用户线下领取，好评如潮

