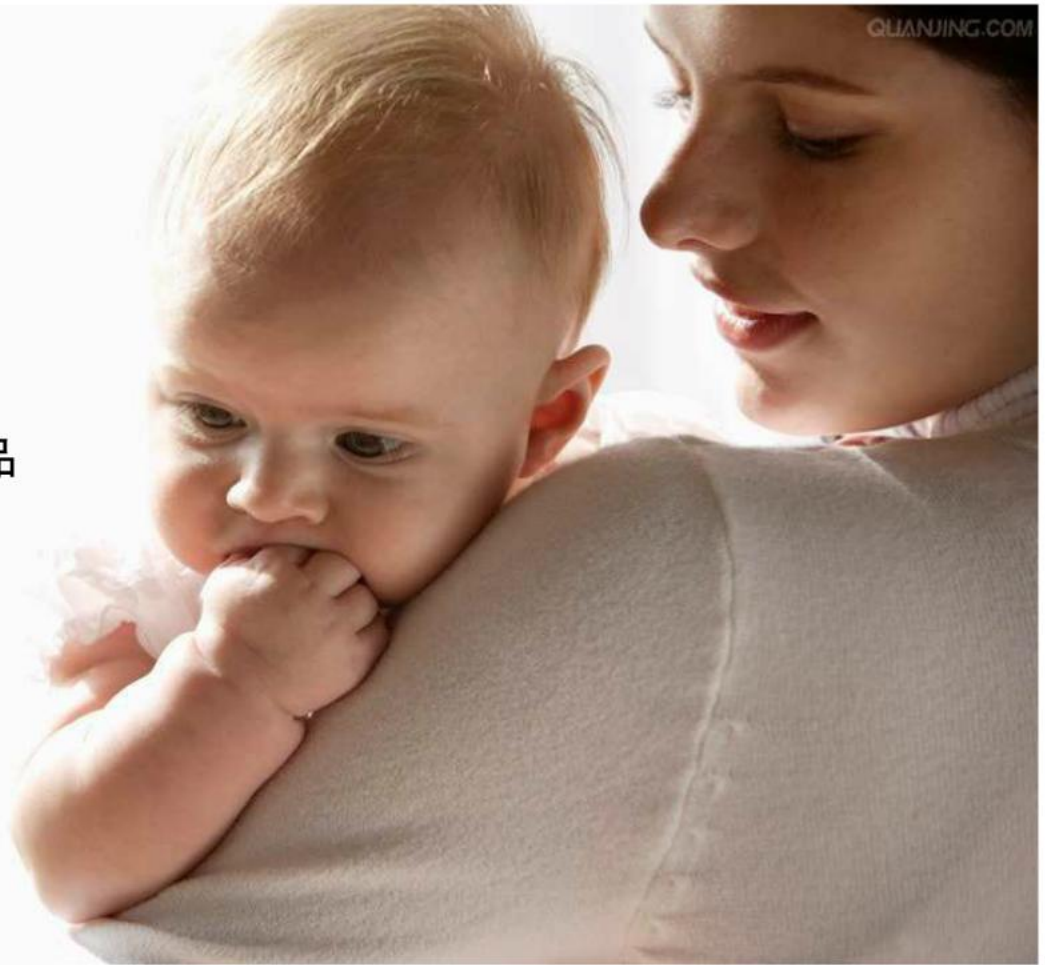


惠氏婴童护理产品 推广建议

Copy @ Babytree



Agenda

1

需求分析

2

推广策略

3

推广详解

4

KPI预估及其他

Agenda

1

需求分析

2

推广策略

3

推广详解

4

KPI预估及其他

需求分析-品牌层面



进一步夯实惠氏
BABY作为母婴全
系列产品供应商
的品牌形象

建立、提升惠氏
婴幼儿护理产品
的认知度



品牌建立——广

需求分析-产品层面



产品理解——深

需求分析-营销传播层面



市场开拓——快

如何整合有效的资源
以达成以上三个目标



Agenda

1

需求分析

2

推广策略

3

推广详解

4

KPI预估及其他

推广策略之目标消费者分析

爱网络，爱自由
爱奋斗，也爱享受
爱玩闹，不爱沉闷
爱自己，更爱宝宝
爱独处，也爱分享
收入丰厚，也看性价比
爱提问，也爱回答
他们不是别人
他们是宝爸宝妈



他们是独立的一代
他们是视觉性的一代
他们是网络化生存的一代
他们是渴望双向沟通的一代

推广策略之消费驱动及传播趋势分享

传统消费行为模型AIDMA



新型消费行为模型AISAS



网络已成为一个口碑平台，是一个**产品资讯分享、交流**的平台

- 消费者已习惯在互联网查找产品信息、通过各类**意见领袖**的信息评论，进而再做出消费决策；
- 消费者在互联网上有了**发言权**，乐于**分享**产品的消费经验，进而影响更多的消费者

推广策略-思路细化

1、吸引关注

强势的
广告投放



通过视觉信息的传递
达成

品牌建立——广



推广策略-思路细化

2、传播产品USP

有奖征集



推广策略-思路细化

3、产品试用

得试用
谈体验



市场开拓——快

Agenda

1

需求分析

2

推广策略

3

推广详解

4

KPI预估及其他

活动信息总览

- ◆活动主题：惠氏 “宝宝好皮肤 妈妈巧呵护” 婴幼儿护理新品推广活动
- ◆目标人群：有 0~6岁宝宝的所有注册用户
- ◆活动时间：2011年5、6月
- ◆活动内容：
 - 有奖征集
 - 试用推广

图片硬广以及文字链接推介

在对品牌形象、活动信息充分曝光宣传的同时
提供消费者直接点击进入活动的端口

活动形式组合-A部分：有奖征集

活动平台：

惠氏金宝宝小圈子

活动主题：

宝宝好皮肤 妈妈巧呵护

活动规则：

征集用户按照活动主题
发布不少于50个字的短文，
讲述自己**如何保养宝宝**

皮肤的感想，并附一
张能体现宝宝娇嫩肌肤的
照片，做到图文并茂

奖励规则：

设置10个名额，奖励优秀
的用户整套惠氏婴幼儿护
理产品



活动形式组合-A部分：有奖征集



通过极具吸引力的奖励品，吸引目标客群
通过图文并茂的主题征集，鲜明地传播品牌诉求
使“医学态度 成长呵护”的关键信息深入人心

活动形式组合-A部分：有奖征集



kenwa

认证信息

宝宝年龄：2岁10个月
来自：天津 武清

1楼：回复：【有奖征集】晒晒我的哺乳好帮手（汇总在1楼）

kenwa 发表于2011-03-03 15:38:51

序号	楼层	宝树ID	帖子标题	帖子链接
1	11楼	天使妈妈6	【母乳喂养帮手】+让宝宝更完美	http://www.babytree.com/groupit
2	18楼	宝树id	【母乳喂养帮手】+因为你们宝宝开心，妈妈放心！	http://www.babytree.com/groupit
3	36楼	anke6	【母乳喂养帮手】+回想刚下奶的那几天	http://www.babytree.com/groupit
4	38楼	迷蒙很	【母乳喂养帮手】+宝宝第一奶	http://www.babytree.com/groupit
5	41楼	Vivian宁馨	【母乳喂养帮手】+它是我度过艰辛的哺乳生涯	http://www.babytree.com/groupit
6	46楼	胖开妈	【母乳喂养帮手】+宝宝的坚持	http://www.babytree.com/groupit
7	49楼	小温美晨	【母乳喂养帮手】+我的好女儿	http://www.babytree.com/groupit
8	50楼	恋恋宝贝的妈妈	【母乳喂养帮手】+我的哺乳帮手	http://www.babytree.com/groupit
9	55楼	爱谁妈	【母乳喂养帮手】+神奇吸奶器	http://www.babytree.com/groupit
10	56楼	h3shyb	【母乳喂养帮手】+我的好帮手	http://www.babytree.com/groupit
11	57楼	妙松娃娃	【母乳喂养帮手】+母乳喂养最伟大	http://www.babytree.com/groupit
12	60楼	爱宝宝爱谁	【母乳喂养帮手】+小小吸奶器，母乳喂养大成就	http://www.babytree.com/groupit
13	63楼	爱无外不在	【母乳喂养帮手】+感谢您，我的伙伴——爱得我奶瓶	http://www.babytree.com/groupit
14	67楼	爱谁妈	【母乳喂养帮手】+我最棒的“好朋友”	http://www.babytree.com/groupit
15	73楼	loveyu1314	【母乳喂养帮手】+爱的力量	http://www.babytree.com/groupit
16	74楼	陈静雅001	【母乳喂养帮手】+古老的喂乳器	http://www.babytree.com/groupit
17	76楼	望子成龙的尔	【母乳喂养帮手】+宝宝能吃饱还是不容易	http://www.babytree.com/groupit
18	76楼	爱谁妈	【母乳喂养帮手】+我的好帮手	http://www.babytree.com/groupit
19	76楼	可爱的米团儿	【母乳喂养帮手】+飞利浦 新安怡立大功	http://www.babytree.com/groupit
20	80楼	qiaoli123	【母乳喂养帮手】+我的好帮手	http://www.babytree.com/groupit
21	83楼	可爱小清新	【母乳喂养帮手】+我的好帮手	http://www.babytree.com/groupit
22	83楼	ocean1033	【母乳喂养帮手】+新安怡手动吸奶器	http://www.babytree.com/groupit
23	94楼	沈琪baby	【母乳喂养帮手】+晒晒我的哺乳帮手们	http://www.babytree.com/groupit
24	96楼	静听花香712	【母乳喂养帮手】+谢谢是妈妈的最好的“吸奶器”	http://www.babytree.com/groupit
25	96楼	静听花香712	【母乳喂养帮手】+谢谢是妈妈的最好的“吸奶器”	http://www.babytree.com/groupit

所有参与用户的
图文列表
集中展示

通过极具吸引力的奖励品，吸引目标客群
通过图文并茂的主题征集，鲜明地传播品牌诉求
使“医学态度 成长呵护”的关键信息深入人心

活动形式组合-B部分：试用推广

商品试用

试用首页

活动列表

活动回顾

规则说明

申请试用

已获得试用资格

尚无用户获得试用资格

惠氏baby “宝宝好皮肤 妈妈巧呵护” 体验

惠氏baby婴幼儿护理

商品名：飞利浦新安怡手动吸乳器

市场推广价：429元

报名时间：2011-02-24 至 2011-03-07

试用报告提交时间：2011-03-10 至 2011-03-24

申领数量：还剩 5 件 (共 5 件)

已报名人数：2957 人

发放地区：全国

申请试用要求：

- 1、您有0-12个月之内的宝宝
- 2、您的宝宝树级别2级以上
- 3、此试用产品不回收
- 4、此试用产品由宝宝树发货
- 5、您希望试用此产品，并能将试用过程及体验感受写成高质量的使用书

立即申请

此品牌其他试用活动

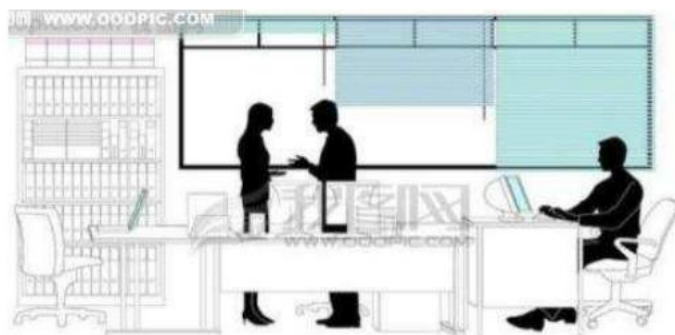
飞利浦数码相机免费试用

新安怡蒸制搅拌一体机试用

新安怡蒸制搅拌一体机2期

试用推广：报告收集，精挑细选以展开后续传播

宝宝树的后台园丁们通过
对用户的**级别、活跃度、影响力、文字能力等**多个维度衡量、考评后
精选出最终获得试用机会的用户，以确保试用报告的质量及二次传播性



最终入选用户

 欣妈咪的宝...	积分 768	帖数 384
 Babymiaomi...	积分 676	帖数 338
 珑珑baby	积分 656	帖数 319
 翡翠森林	积分 626	帖数 307
 521浩浩宝...	积分 622	帖数 293
 朱朱88	积分 621	帖数 309
 皓月无痕	积分 541	帖数 263
 小鹭灵子她...	积分 513	帖数 249
 淇淇妈lyx	积分 511	帖数 242
 梓祎妈	积分 492	帖数 246

试用推广：报告发布，二次传播、深度沟通

高质量的试用报告，

对进一步传播品牌形象及产品功能信息**持续有效**！



试用推广：报告发布，二次传播、深度沟通

除常规试用报告展示外，宝宝树还可由园丁配合，在回收的报告中再次**遴选最优**的十份报告，在体验者的**小家同步发布**展示，利用体验者的在宝宝树的人脉圈子及口碑再次进行**深度沟通传播**

展示



精选最优十份报告
同步在作者小家发
布，**扩大关注**

试用推广配合：试用推荐，增加曝光



试用推广配合： 首页栏目推荐

The screenshot shows the Babytree website homepage. A red box highlights the '免费试用' (Free Trial) section, which features a banner for '美赞臣奶粉' (Mead Johnson Formula) with the text '免费试用' and '立即试用'.

Other visible sections include:

- 本地生活** (Local Life): Includes a '同城三月生日会' (City March Birthday Party) and a list of local events.
- 微博** (Weibo): A section for user-generated content and social media posts.
- 宝宝树育儿问答 手机应用** (Babytree Parenting Q&A Mobile App): A banner at the bottom promoting the app with the text '80万育儿问答随时查询' and '十分钟获得答案'.

在首页试用版块进行
活动信息告知，
吸引用户参与

试用推广配合：圈子首页置顶



通过在惠氏品牌小圈子宝事儿聊不完首页的活动信息置顶，对用户持续传递活动信息，拉长活动的影响时效

Agenda

1

需求分析

2

推广策略

3

推广详解

4

KPI预估及其他

KPI预估

- 有奖征集活动：图配文，2000作品
- 试用活动：5000人申请，报告回收70%（以需要试用份数而定）



您的疑问是。。。



我们的回答是。。。



Welcome

Join

Babytree

