

飞利浦 “全民共享安心蓝” 数字传播活动

- ◆ 广告主：飞利浦
- ◆ 所属行业：小家电
- ◆ 执行时间：2017.07.10-08.13
- ◆ 参选类别：互动体验类



Top
Mobile
Awards

背景&目标

项目背景



随着人们生活品质健康意识的不断提高，室内空气污染问题越来越受到重视，人们越来越关心家人的呼吸健康问题。面对空气净化器品类品牌激烈竞争，飞利浦希望在众多品牌中脱颖而出，帮助更多的家庭安心呼吸，提高产品及品牌好感度，促进市场占有率的提高。

目标



提升飞利浦空气监测仪和空气净化器的美誉度，让消费者深入了解到**飞利浦专业级甲醛感应以及微护盾科技和灵智感应技术**能够有效检测并**去除甲醛**，让消费者净享健康空气的特点，从而促进销售转化。

消费者洞察



年龄在25-40岁的一二线城市，拥有较高的收入人群。他们的健康意识较强，重视家庭室内空气健康问题，但是对室内空气污染物尤其是**甲醛**存在认知误区，认为甲醛只存在于新房之中，而忽略了旧居中也存在甲醛污染。

来源：全球儿童安全组织《室内空气质量家庭认知与行为调研报告》
环境科学与管理《室内空气中甲醛污染调查与分析》



策略

“全民共享安心蓝”飞利浦 空气检测仪共享活动

以空气检测仪的“共享”试用，引导消费者试用产品，进行甲醛教育，提高目标消费者对室内甲醛的了解，传递飞利浦空气检测仪产品功能，提高产品及品牌的好感度。

整合多渠道媒体资源扩大共享 活动影响力

与网易、果壳等媒体深度合作，将活动内容精确传达给目标受众。通过H5等创意有趣的内容和线上话题为活动导流，提高消费者参与积极性，扩散了活动影响力。

亮点——创意性

与“芝麻信用”合作，发起“全民共享安心蓝”空气检测仪共享活动。

芝麻信用分在750以上的用户可以免费申请体验空气飞利浦空气检测仪。申请成功者在试用AirVibe检测甲醛含量后，分享给好友继续进行，实现甲醛自测“人人共享”。

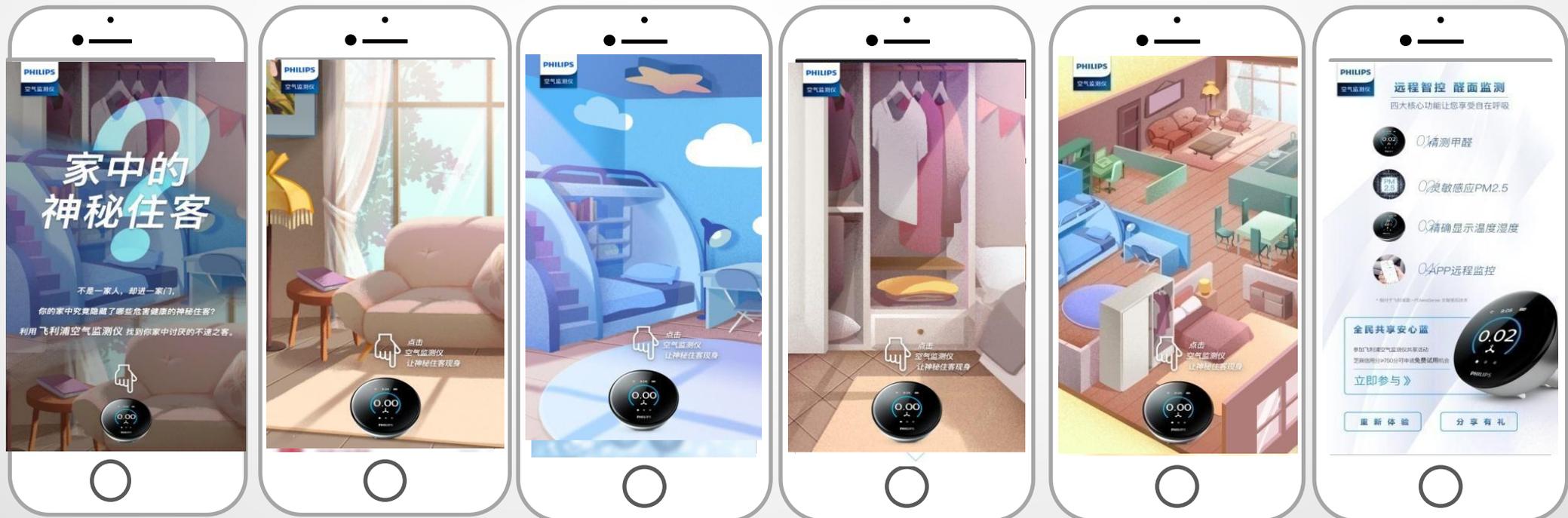
The image shows a promotional landing page for the Philips AirVibe shared experience campaign. The page features a large Philips logo in the top left corner and a navigation menu with links for '申请加入' (Apply), '空气检测仪介绍' (Air Detector Introduction), '共享报告' (Share Report), and '空气净化器推荐' (Air Purifier Recommendation). The main headline is '全民共享安心蓝' (Everyone Shares Safe Blue), with a sub-headline '飞利浦空气检测仪AS3506 // 立享免费体验' (Philips Air Detector AS3506 // Enjoy Free Experience Immediately). Below the headline, there are four small images showing the device's features: '精准甲醛' (Accurate Formaldehyde), '灵敏感应PM2.5' (Sensitive PM2.5 Sensing), '精确显示温度湿度' (Precise Temperature and Humidity Display), and 'APP远程监控' (APP Remote Monitoring). A large image of the Philips AirVibe device is shown on the left. At the bottom, there is a call to action: '7月17日起, 芝麻信用750分及以上, 可免费申请体验机会' (Starting July 17th,芝麻信用750分及以上, you can apply for a free experience opportunity), with a '立即申请' (Apply Now) button. A counter shows '截止目前已有999人申请' (As of now, 999 people have applied). A sidebar on the right contains a '飞利浦空气检测仪' (Philips Air Detector) section with links for '申请加入' (Apply), '空气检测仪介绍' (Air Detector Introduction), and '共享报告' (Share Report).

通过空气检测仪的共享活动，使消费者亲身体验到产品功能，有效提高了产品及品牌的好感度。

亮点——创意性

创意H5，在互动中进行“甲醛”教育，实现为共享活动导流。

通过网易平台上线创意H5:《家中的神秘住客》，对受众进行甲醛教育，顺利实现**甲醛教育→产品教化→活动介绍→活动招募**一系列过程，为共享活动导流。



第一阶段 (07.10-07.16) : 普及甲醛知识, 进行甲醛教育, 吸引消费者关注。

新华健康、健康时报、网易新闻分别专访张寅平、陆敏、鲁建国, 进行甲醛扫盲甲醛危害及解决方案教育, 网络媒体进行扩散传播。

新华网-健康频道

《健康时报》

网易-新闻频道



第二阶段（07.17-07.30）：共享检测仪活动上线，继续进行甲醛教育的同时扩散活动招募信息，为活动导流。

飞利浦官方微博、微信发布“全民共享安心蓝”活动招募。并通过今日头条feeds精准投放共享活动扩散



第二阶段（07.17-07.30）：共享检测仪活动上线，继续进行甲醛教育的同时扩散活动招募信息，为活动导流。

网易《找出你家神秘住客》H5上线，并通过网易健康微博微信等多渠道进行扩散传播，为共享活动导流。

让用户通过飞利浦空气监测仪找出隐藏家中的空气污染物甲醛，带出飞利浦空气监测仪精准监测功能，导流“全民共享安心蓝” Landingpage，并给出网易参与活动机制，鼓励消费者参与。



扫码观看H5

H5链接：

<http://go.163.com/2017/0717/Philips/index.html?from=timeline&isappinstalled=0>

第二阶段（07.17-07.30）：共享检测仪活动上线，继续进行甲醛教育的同时扩散活动招募信息，为活动导流。

母婴、健康、家居类KOL扩散传播网易健康微博进一步为“全民共享安心蓝”共享活动招募,扩大社交声量。

幸福妈咪燕子 7月17日 12:50 来自 微博weibo.com

其实，许多家长都会担心甲醛污染给宝宝及家人带来不可逆的健康伤害，但对无色无味“潜伏”在家中的甲醛污染状况却无法衡量。全新的飞利浦空气监测仪精准监测，用数据说话，家中空气状况一目了然！#全民共享安心蓝# [网页链接](#) 好活动必须参加-[@](#)

@网易健康频道
可曾想过在我们家中，藏着许多看不见摸不着的“神秘住客”？它们理直气壮地成为家中潜伏多年的“钉子户”，又和许多疾病有见不得人的“勾当”，甚至还和癌症有染！揪出“神秘住客”，光靠感觉可不行，眼见为实才可靠！点击 [网页链接](#) 参与#全民共享安心蓝#飞利浦空气监测仪共享体验，芝麻分7... [展开全文](#)



7月17日 09:48 来自 微博 weibo.com

☆ 收藏 | 2637 | 323 | 569

健康养生-赵琪 7月19日 09:30 来自 微博 weibo.com

当下，许多关心家人呼吸健康的人们，虽已知道室内空气污染长期存在，但用何方法可以了解各项指数多少、程度如何、变化情况却成为大家的困扰。现在，参加#全民共享安心蓝#飞利浦空气监测仪共享活动，精准监测让你眼见为实。免费申领，戳这里：[网页链接](#)



☆ 收藏 | 2515 | 201 | 501

健康养生-老杨 7月17日 11:24 来自 iPhone 7 Plus

室内甲醛污染就在你我身边。特别是夏季高温，甲醛释放加速，更易造成室内甲醛超标，会给家人健康带来严重伤害。知醛才能除醛，#全民共享安心蓝#飞利浦空气监测仪共享活动安利给大家，一起眼见为实呵护家人呼吸健康！免费申领机会速戳[网页链接](#)

@网易健康频道
可曾想过在我们家中，藏着许多看不见摸不着的“神秘住客”？它们理直气壮地成为家中潜伏多年的“钉子户”，又和许多疾病有见不得人的“勾当”，甚至还和癌症有染！揪出“神秘住客”，光靠感觉可不行，眼见为实才可靠！点击 [网页链接](#) 参与#全民共享安心蓝#飞利浦空气监测仪共享体验，芝麻分7... [展开全文](#)



7月17日 09:48 来自 微博 weibo.com

☆ 收藏 | 3067 | 150 | 316

我是家装女王 今天 09:25 来自 微博weibo.com

#全民共享安心蓝#你可能有所不知，无论刚装修新居还是常年居住老房，甲醛污染问题都会存在。人造板材、家具家饰，都是甲醛源源挥发长期所在的原！生！之！地！全新飞利浦空气监测仪揪出室内“隐形杀手”，精准监测让甲醛无处遁形！免费体验，不容错过 [网页链接](#)



☆ 收藏 | 3023 | 151 | 304

第二阶段（07.17-07.30）：共享检测仪活动上线，继续进行甲醛教育的同时扩散活动招募信息，为活动导流。

李晨微博晒飞利浦空气检测仪图片，号召参与共享活动，其他KOL转发支持，借助明星效应和粉丝效应进一步扩散招募活动影响力。



第二阶段（07.17-07.30）：共享检测仪活动上线，继续进行甲醛教育的同时扩散活动招募信息，为活动导流。

果壳发布微信《分子热热热热热运动，室内除了撩人的多巴胺竟然还有TA...》，从趣味甲醛科普教育切入，介绍飞利浦空气监测仪，导流“全民共享安心蓝”活动页面。果壳精选APP焦点图进行同步扩散。



发布链接：http://mp.weixin.qq.com/s/_Hdhfr6fYGsQT0ZKpHBNUA

第三阶段 (07.31-08.13) : 扩散活动影响力, 为飞利浦空气净化器背书, 提高产品以及品牌好感度, 导流购买。

果壳发布微信《搁家大口吸猫吸空气, 总怕吸进奇奇怪怪的东西怎么办?》, 果壳精选APP焦点图同步扩散。

承接上阶段飞利浦空气检测仪试用活动, 分享网友体验, 树立要知醛更要除醛理念, 为飞利浦空气净化器能有效进行室内除醛背书, 导流购买。



果壳微信



果壳精选APP

发布链接: http://mp.weixin.qq.com/s/S807keom2Ccz_zipSLum6A

第三阶段 (07.31-08.13) : 扩散活动影响力, 为飞利浦空气净化器背书, 提高产品以及品牌好感度, 导流购买。

母婴、家居类KOL扩散果壳背书, 家居、促销类KOL分享测醛+除醛方案, 促进导流购买。

莉娜丫头 8月1日 10:00 来自 微博weibo.com

每一位妈妈都希望心爱宝贝茁壮成长, 那么饮食饮水与呼吸问题一定不能马虎~飞利浦助力妈妈360°呵护宝宝健康: 新安怡系列产品让母乳喂养便捷安心, 让辅食添加卫生营养, 让宝宝开心饮水发育受益。空气净化器更有效除醛, 为宝宝呼吸健康保驾护航! 了解#全民共享安心蓝#戳这里: [网页链接](#)



☆ 收藏 | 3683 | 449 | 778

现代时尚生活 8月3日 09:30 来自 微博weibo.com

想要家居环境健康舒适, 比肉眼可见的“脏乱差”更加可怕的要数看不见的室内空气污染, 特别是长期存在的甲醛更会给家人健康带来严重伤害。除了开窗通风, 我们也可常备一台搭载微护盾科技和灵智感应技术的飞利浦空气净化器, 呵护家人健康呼吸~速速围观#全民共享安心蓝# [网页链接](#)



☆ 收藏 | 3023 | 51 | 300

淘宝天猫京东购物宝典 8月4日 13:35 来自 微博weibo.com

#全民共享安心蓝#夏季高温极易导致室内甲醛污染超标, 想要解决问题, 你需要一台有效且高效的空气净化器来助力! 飞利浦空气净化器微护盾科技搭载纳米级劲护滤网让室内甲醛、PM2.5无处遁形, 灵智感应技术实时反馈净化效果一目了然! 不买贵的, 只买对的! 了解详情速戳[链接](#) [网页链接](#)



☆ 收藏 | 3143 | 164 | 1000

淘宝天猫京东购物宝典 8月4日 13:35 来自 微博weibo.com

#全民共享安心蓝#夏季高温极易导致室内甲醛污染超标, 想要解决问题, 你需要一台有效且高效的空气净化器来助力! 飞利浦空气净化器微护盾科技搭载纳米级劲护滤网让室内甲醛、PM2.5无处遁形, 灵智感应技术实时反馈净化效果一目了然! 不买贵的, 只买对的! 了解详情速戳[链接](#) [网页链接](#)



☆ 收藏 | 3143 | 164 | 1000

第三阶段（07.31-08.13）：扩散活动影响力，为飞利浦空气净化器背书，提高产品以及品牌好感度，导流购买。

知乎APP端发布文章《除醛贴士，科学路线最靠谱》。从科学除醛趣味知识普及切入，讲到健康室内空气的重要性，进而推荐飞利浦净化器产品。



第三阶段 (07.31-08.13) : 扩散活动影响力, 为飞利浦空气净化器背书, 提高产品以及品牌好感度, 导流购买。

反裤衩阵地微信发布原创文章《唯一比恋爱更带劲的事, 是装修啊! 》, 畅儿妈妈、科技章鱼烧、万能的大熊分别在微博上发布文章, 推荐飞利浦空气净化器。



第三阶段（07.31-08.13）：扩散活动影响力，为飞利浦空气净化器背书，提高产品以及品牌好感度，导流购买。

网易活动总结专题上线，为产品背书，导流购买。网易微博、微信、新闻客户端、手机网平台同步扩散。



广告价值:
RMB 5.43M

截止8月13日，项目PV合计：100.6M，参与人数达到9.6M。

其中，招募H5 PV合计41,474,592，Click 38,916。

“全民共享安心蓝”试用活动申请人数达到56,329。