

京东大药房年货节营销

- ◆ **品牌名称:** 京东大药房
- ◆ **所属行业:** 医药保健
- ◆ **执行时间:** 2022.12.26-2023.01.28
- ◆ **参选类别:** 医药保健/医疗器械及服务类

- 京东大药房是京东旗下的医药供应平台，自15年成立以来迅速发展，成为**行业内极具影响力的、线上线下一体化医药零售及营销平台。**
- 时值2022年底，随着防疫工作的逐步放开，人们的“**健康意识**”、“**自主备药认知**”**进入了急速提升的成熟阶段**，用户对买药、备药的需求快速增长。
- 同时2023年新年节点接踵而至，**办年货的氛围逐渐浓厚**。再这样双重机遇下，京东大药房急需一场营销活动，**帮助广大用户解决买药，用药问题**，让广大用户安心过好年；另一方面**扩大用户市场，创造更多的用户接口**，为品类转化带来更多机会。

- 面对当下营销环境，京东大药房打造备药关怀的“限定新年”顺应2023年景和用户的新年【健康需求】关注点向用户透传【好药提前备，新年不YAO疾】的理念，进行春节氛围传递及品牌心智传播。

1. 推出“好药提前备，新年不Yao疾”活动主题，在年底放开防疫这一个敏感节点上，深耕新年节点属性及放开防疫下大众强化的健康意识，“不Yao急”的主题进一步舒缓用户的“急”心态，京东大药房健康年礼贺新年。

2. 采取“专渠道，重玩法”的策略，深入研究各个渠道的特点，定制独特玩法。选择微博、微信、抖音作为本次活动的重点传播渠道，充分调动资源，实现本次营销活动的最大化影响。

【创意策略与执行】

1. 按照节假日节奏，自然分期进行营销动作，顺应用户关心的主题，进行春节氛围传递及品牌心智传播。

腊八开门红点燃活动，以限定红包封面、定制小游戏形式多触点曝光，限定健康年各平台亮相；元旦推出“新年不YAO疾健康备药指南”、健康年礼时珍卡海报与品牌联动宣传；小年高潮期重磅活动推广：原创神曲、全民兔子舞、表情包、年俗海报，拉满活动氛围。



【创意策略与执行】

2. 创造丰富的交互式场景化营销，创造更多高频裂变的机会。

集合微信红包封面、微信表情包、原创歌曲、定制游戏等，将京东大药房营销利益点【京东买药备好药】、【健康年礼时珍卡】，与大众新年生活产生高频交互，夯实强化品牌心智认知的同时。



【媒介策略及执行】

1. 腊八开门红点燃活动——健康限定年多触点曝光：

【12.26-12.29】官方首发预热，KV品牌齐上阵强势官宣



【媒介策略及执行】

1. 腊八开门红点燃活动——健康限定年多触点曝光：

【12.26-12.29】官方首发预热，KV品牌齐上阵强势官宣

- ✓ 京东官博联合京东健康视频号曝光红包封面引发布户前来关注
- ✓ 京东大药房打造SVG推文长图惊喜奉上，红包封面抢不停
- ✓ 红包总计被领取**8988**个，累计拆红包次数为**57706**次，进入红包详情页次数为**412214**次；
- ✓ 第一波4000个红包已全部抢完，其中2000个在10分钟内全部核销

拆红包人数	进入红包详情页人数
23877	13886
拆红包次数	进入红包详情页次数
57706	41214

【媒介策略及执行】

1. 腊八开门红点燃活动——健康限定年多触点曝光：

【12.31-1.1】小游戏登榜微博热搜，新年就要健康兔个乐！

定制新年健康小游戏，将**健康元素**和**时珍卡**融入游戏，召集用户玩游戏打击病毒的同时，更能用时珍卡道具进行延长游戏时间的体验，强化对**时珍卡**的使用好奇；

内置抽奖环节，利益性刺激用户玩游戏的同时，更投入大量3元时珍卡中奖率，提升用户绑定与使用的概率；

游戏传播主话题热度#当代人是懂跨年的#，1月1日热搜榜冲进第**24**位，1日总话题热度破**2kw+**；**100+**社群陆续投放，为游戏持续裂变；





《新年兔个乐》小游戏互动数据

12月30日上线-截止1月29日

累计PV=1745次
 累计UV=1341人
 累计发放奖品=545份
 累计被分享=141次



话题详情

#当代人是懂跨年的#

综合 实时

话题总览

2593.4万	9468	1657
阅读量	讨论量	参与人数

置顶

打工人迷途

1-1 来自微博

#当代人是懂跨年的# 2023的旅程，新年兔个乐买药备

耶，抽中了红包封面，开心~

挺好玩的，就是中奖率有点低了

任务栏在哪，看不到

时珍卡怎么用？

【媒介策略及执行】

1. 腊八开门红点燃活动——健康限定年多触点曝光：

【1.11】联袂5大品牌联动，健康年礼时珍卡海报承包你的新年礼！



5大品牌联动
全力输出时珍卡用途
强化用户认知程度

新春来临之际，将时珍卡打造为**六大健康年礼**进行拜年祝福，结合当下“防护备药”环境，强吸引推出**下单699时珍卡获美林必购码1个**的活动，新年将健康作为最好的礼物，微博多位KOL配合宣推，增加品牌好感度，同时增强用户“**京东买药备良药**”的认知。



用KOL账号人设传递时珍卡健康年礼的价值及营销力利益点
吸引粉丝关注互动，总互动量高达**4352+**

【媒介策略及执行】

2.小年高潮期重磅活动推广——全民舞动YAO健康:

【1.13】时珍卡音乐上线-首创新年健康神曲超喜庆，微博KOL助力传播。



官方宣发, show出健康神曲
时珍卡音乐结合送礼场景, 植入时珍卡用途, 以音乐的形式传递健康送礼, 让大众场景化感知京东大药房新年健康年礼, 京东买药备好药的认知。

海报物料超精致

评论区-健康、优惠、京东大药房福利满屏溢出

多位KOL重磅推荐时珍卡音乐

手机截图内容摘要:
 16:59 京东
 精选 微博 品牌 视频 相册
 1-13 来自新版微博 weibo.com 已编辑
 时珍卡到 健康报道
 时珍卡到, 健康报道! #新年不YAO疾#
 前方高能>>>这个小年咱们玩点不一样的! @京东大药房重磅打造的时珍卡新年神曲新鲜出炉啦, 时珍卡送健康, 健康年礼首选它, 一卡齐购备药无忧, 轻松下单更快捷, 美好意头都YAO到! 戳进来, 一起跟着音乐打节拍, 时珍卡礼贺新年... 全文

微博评论截图摘要:
 评论 674
 水手李巴德er
 这么大的福利活动可千万不能错过, 刚好过年可以买一点儿。
 1-13 13:42 来自山东
 无欲元气球可人
 拥有专属的优惠
 1-13 13:11 来自广东
 评论不显示无话
 还有有限的福利啊! 这我一定要去参与起来了。
 1-13 13:09 来自江苏
 喜欢收集杯子的熊
 我的闹钟已经准备好了, 我去看看我可不可以成为其中一个幸运儿!
 1-13 12:57 来自四川
 Syzza_w
 送长辈真的是一个, 再合适不过的选择
 1-13 12:35 来自四川
 你最喜欢的道理
 京东的活动我觉得很好了!
 1-13 12:30 来自四川
 不知名的橙子子
 这么多专属福利大家速速来领取吧, 健康最

【媒介策略及执行】

2.小年高潮期重磅活动推广——全民舞动YAO健康:

【1.13—1.15】京东大药房#全民健康兔子舞#抖音接力传播

#全民健康兔子舞#
话题曝光1.1亿+

#一起比耶健康兔子舞#
话题曝光1.1亿+

#京东买药备好药#
话题曝光4100W+

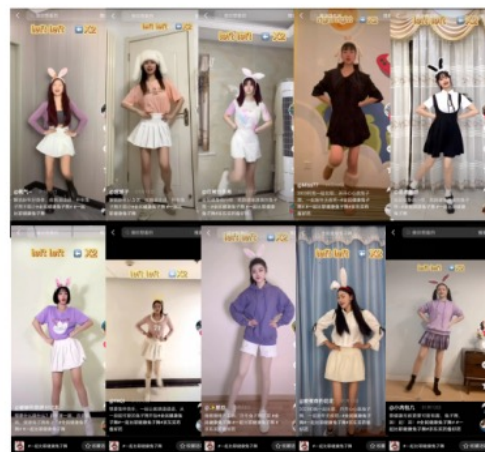
头部达人首发舞蹈教程

舞蹈红人跟进传播

中腰部红人扩散传播

KOC造势扩充话题热度

撬动自来水跟帖打卡



..... 以上仅为部分KOC截图，共计130名KOC参与话题互动

话题累计曝光**2.6亿+**

【媒介策略及执行】

2.小年高潮期重磅活动推广——全民舞动YAO健康：

【1.13】新年健康福利推文上线-新年重磅五大健康福利来袭，健康惊喜拉满，超给力！

京东大药房

1月13日 13:03

兔大年

京东大药房健康拜小年，超多新年健康福利惊喜向你涌来！

京东健康药师带您了解新冠“特效药”

新冠感染会引发哪些眼部疾病？如何用药？

京东大药房首发单曲|时珍礼到，健康报道~

1月18日 18:06

过年饮食需得当 药食禁忌要知道！

京东健康药师团队整理

恭喜发财，大吉大利

红包封面

7.85

- 创意年味设计排版贴近大众喜好
- 一键点击链路跳转，一秒收获惊喜
- 红包封面热度持续，第二波5000个上线即兑完

新春重磅福利一

遇喜庆定制兔年表情包

兔年送福怎么可以没有兔兔

京东大药房健康兔兔元气上线

新年好运气全都YAO

点击下载

新春重磅福利二

首发新年健康贺岁单曲

《时珍礼到，健康报道》

京东大药房健康年礼-时珍卡

守护全家健康，安心过新春

卡在手常守健康，轻松下单万家福

健康年礼贺新年，医药无忧不抱怨

点击下载播放

时珍礼到 健康报道

1:00YF

新春重磅福利三

全民健康兔子舞齐开跳

新年第一支健康电子舞

快来和我们一起舞起来

带上应援语

#全民健康兔子舞#

#一起比耶健康兔子舞#

2023一起健康比耶

一起让健康报道

YAO健康无厘头YAO可爱有舞

新春重磅福利四

新年新气象 福气多多无限量

新年新气象 福气多多无限量

新年新气象 福气多多无限量

新年新气象 福气多多无限量

新年新气象 福气多多无限量

新春重磅福利五

新年承好运 福气多多无限量

新年承好运 福气多多无限量

新年承好运 福气多多无限量

新年承好运 福气多多无限量

新年承好运 福气多多无限量

【媒介策略及执行】

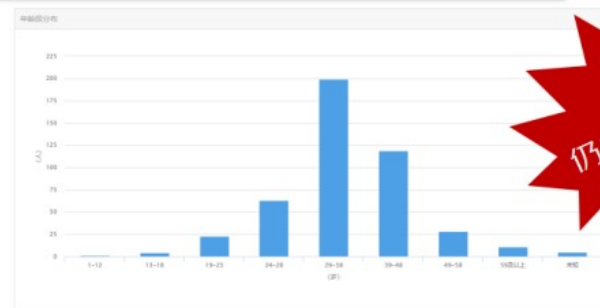
3.小年高潮期重磅活动推广——健康祝福全氛围拉满：

【1.16-1.28】兔年YAO健康表情包上线惹关注



根据数据显示：

- #新年YAO发财#表情包成为大众心头好，发送次数达2430+
- 广东省使用表情包人数最多
- 29-38岁人群偏爱#兔年YAO健康#表情包



数据
仍自然上升中

	兔年YAO健康	01月29日下载量	01月29日发送量	累计下载总量	累计发送总量
	数据日期：01月29日	95	2502	2788	45014

单个表情发送次数							
NO.1	NO.2	NO.3	NO.4	NO.5	NO.6	NO.7	NO.8
							
→ 2430	→ 39	→ 9	→ 7	→ 6	→ 5	→ 4	→ 2

【媒介策略及执行】

3.小年高潮期重磅活动推广——健康祝福全氛围拉满：

【1.21-1.28】春节年俗海报上线-微博达人多触点宣推京东大药房健康福利不间断引流，撬动大众对于京东买药备好药的认知，提升品牌声量；



- 本次项目**总曝光9.7亿+**，曝光KPI达成率194%；其中微博话题**曝光7.1亿+**，抖音话题**2.6亿+**，项目KPI达成比194%，收获颇丰，营销效果显著。
- 本次项目推广微博+抖音平台成功上榜，“新年兔个乐”小游戏话题#当代人是懂跨年的#成功冲上**微博主榜**，最高排名**TOP24**，在榜时长**1.3小时**，登陆抖音官方挑战榜**51位**。
- 定制微信红包共被领取**8988个**，上线秒空。
- 微信表情包更累计发送总量**4.5w+**，并呈自然增加趋势。