

京都念慈菴 · 品牌全链营销

- ◆ **品牌名称**：京都念慈菴
- ◆ **所属行业**：医药行业
- ◆ **执行时间**：2021.01-08
- ◆ **参选类别**：全链路营销类

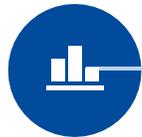
背景洞察：作为医药品牌 积极响应“健康中国”战略



01

健康中国创造红利期

九大报告也明确了建设健康中国的路线图，提出推进健康中国建设。持续不断的政策出台，为大健康产业的发展创造了政策红利期



02

全民健康意识不断强化

2015年-2019年我国居民人均医疗保健消费逐年增长，健康意识与观念革新逐渐提升，这大大的促进了医药产业的发展



03

疫情催生医药发展浪潮

新冠肺炎疫情对整个社会是一次大考验，也加强了人民对于“健康”的反思，为健康医药产业的发展带来了

营销目标

- 01、进一步提升京都念慈菴品牌的市场影响力和知名度，多场景营销，实现大规模的用户圈层
- 02、在实现品牌传播和口碑提升的同时，助力终端连锁药店的产品销售和转化
- 03、让养肺，护肺的健康意识深入人心，建立养肺与京都念慈菴品牌之间的关联，为品牌的健康专业度加持

营销挑战

如何更有效实现全渠道链接？



用户在选购产品时存在购买决策链，一般的品牌传播囿于资源和渠道的限制，很难实现覆盖和影响

目标人群洞察：



青中年轻急症患者

- 群体特点：关注广，易被种草，购买非处方药应对突发身体不适，方便快捷
- 购买药品类型：西药保健品
- 购买行为：购买时主要看重口碑和品牌知名度



银发患者

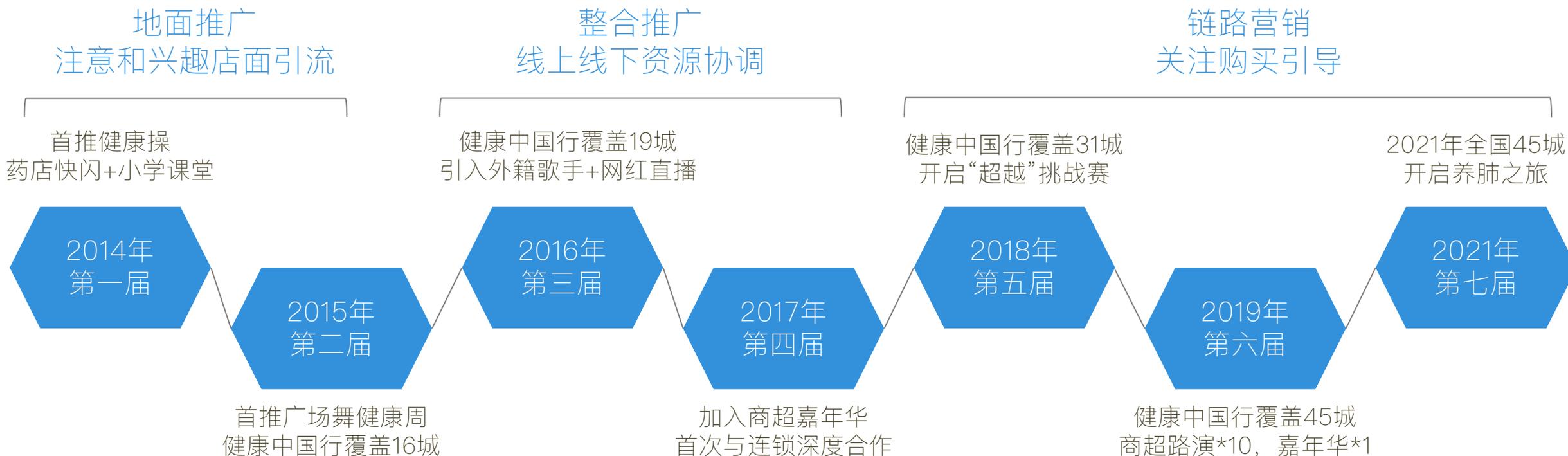
- 群体特点：依赖社交分享和推荐，中、西药OTC均会购买
- 购买药品类型：中药OTC
- 购买行为：关注保健类微信公众号或浏览朋友圈，以及抖音主播推荐的OTC而被种草



宝妈

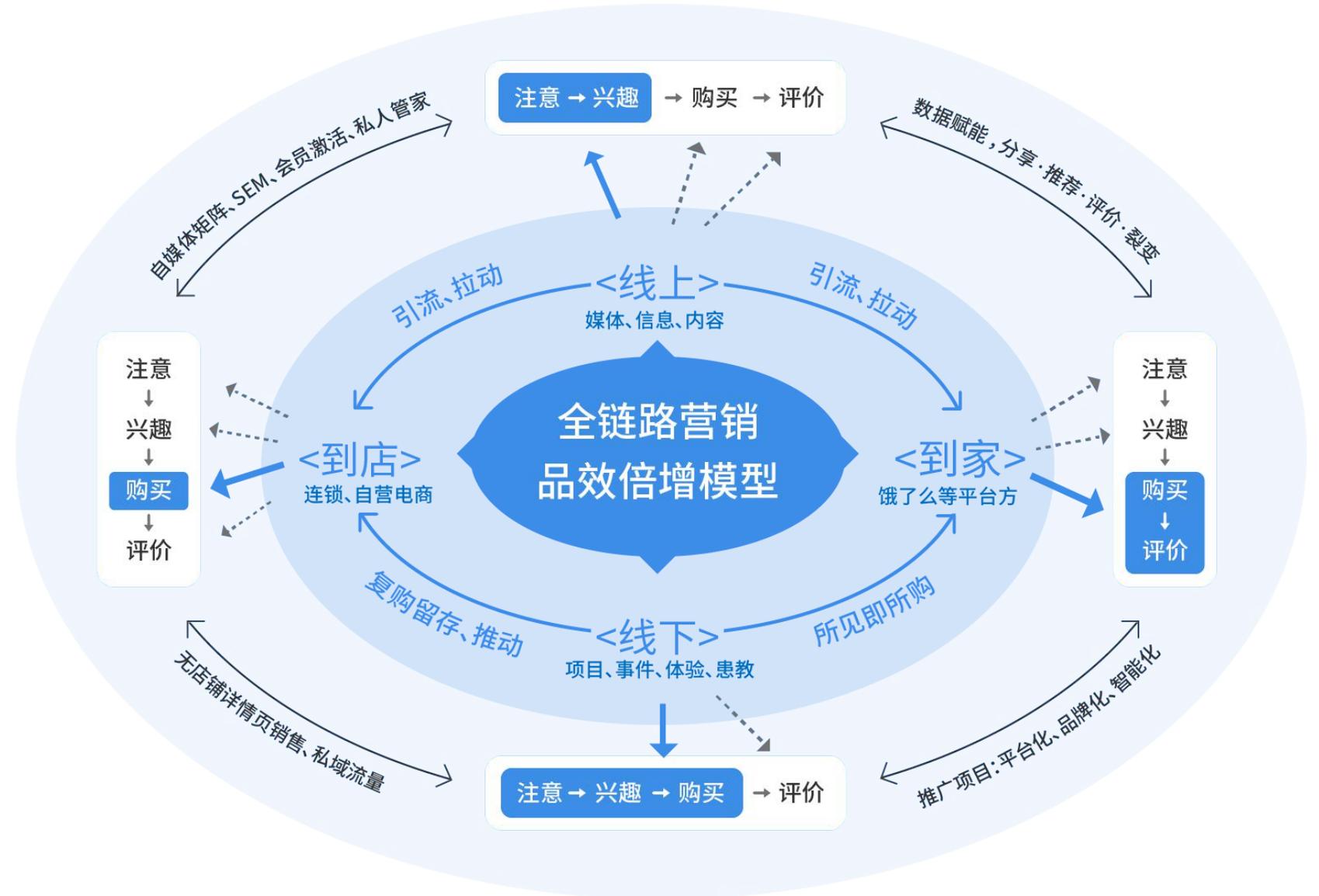
- 群体特点：为轻症子女问诊治疗，线上渠道方便快捷
- 购买药品类型：中药OTC
- 购买行为：为子女轻急症购买中西医类OTC，配送到家更方便

营销策略概述：从渠道推广→整合营销→链路营销的进化



链路营销：布局每一个行为决策接触点，形成购买转化的行为链路；本质是驱动消费行为从

2014年店面快闪，以吸引注意，增加店面客流为目的开始。逐步布局，链路营销的关键点。2019年，推广项目中增加饿了么的合作，在购买和评价分享环节，驱动和方便顾客做出购买动作



线上：趣味真实的人设形象是传播变现闭环有力链接



社媒定位

有品质、有声音、有趣的菴菴家族故事

品牌沟通
内容策略

微信（含视频号）

有态度的养肺护嗓领导品牌
品牌事件,产品研究,声音话题
(强调品牌高度和厚度)

微博

年轻的声音，听我的

抖音/快手

有趣的，好玩的内容
多样化的方式种草

私域微信群

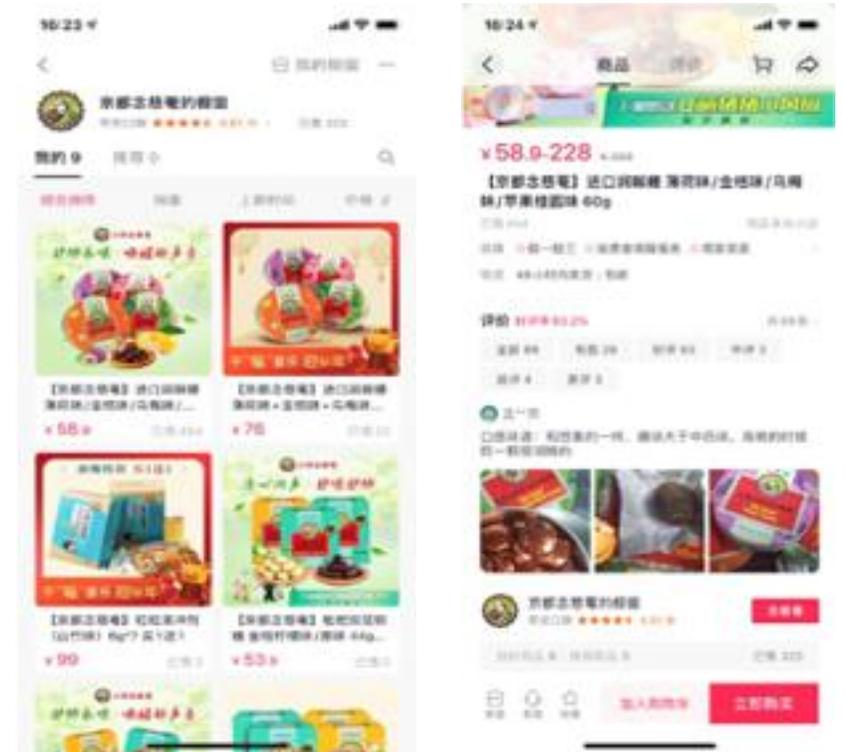
明星八卦及产品死忠粉
聚集地

线上：双微一抖一站式服务 覆盖购买决策链

双微运营



抖音小店运营



线下：“养肺中国行”席卷神州 成为行业现象级IP

养肺中国行

大型品牌推广路演

养肺中国行是由京都念慈菴所打造的大型线下快闪IP项目，通过场景化、趣味化的内容向消费者传递京都念慈菴系列产品对于呼吸系统及肺部健康的重视和养护。

药店商超美陈

健康养肺操

产品互动体验

健康知识讲座



2014年10城
连锁门店快闪



2016年养肺
小学健康课堂



2018年七家
连锁加入



2021年10城
商场嘉年华



2015年广场舞养
肺周



2017年首开
商场嘉年华



2019年10城
商场嘉年华

200+城市
累计覆盖全国

3600+场次
共举办活动总计

到店：提振门店曝光量 培养用户消费习惯

作为实体药店而言，最为迫切的需求就是提升店面的曝光量，吸引用户进店体验和消费。为此，京都念慈菴为连锁和单体药店定制了一系列的促销活动，除了买赠等福利，还增加了产品试饮环节，让消费者亲自体验产品的特性，以提升营销的转化。



到家：联合饿了么美团等平台 服务覆盖最后一公里



项目总曝光量：

150,000,000

项目落地城市：

200+

共成功举办活动：

3,600+

线下参与人次：

1,200,000

利用“全链营销”助力品牌实现品效协同

口碑

01 内容沟通覆盖购买决策链

品牌沟通形式的多样化，覆盖用户购买决策链，有效地获取用户的注意力

02 有效的口碑沉淀和链接

主打养肺概念，全国大型线下路演，三甲医院医生背书，与目标用户实现有效品牌链接

01 建立多元化营销渠道

打破线上线下的壁垒，搭建完善的矩阵化营销渠道，助推念慈菴产品的销售

02 玩法多样促进精准转化

基于抖店、天猫、药店、饿了么等不同渠道和用户，采用不同打法，精准促进销量转化

效