

纽迪希亚2022年世界过敏日整合营销传播

- ◆ **品牌名称**：纽迪希亚
- ◆ **所属行业**：奶粉
- ◆ **执行时间**：2022.06.09-07.31
- ◆ **参选类别**：母婴类

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

<https://weibo.com/2398293834/LALbhfRFA?pagetype=profilefeed>

背靠纽迪希亚百年品牌历史、拥有产品硬实力的纽康特 在行业的品牌口碑和市场份额占领上较为出色

- ✓ 收获了良好的用户口碑，成为大多中国儿科医生首推的氨基酸奶粉品牌
- ✓ 市场份额领先的氨基酸奶粉品牌



但品牌与消费者沟通上仍面临困境

01

如何精准圈定TA？找准对的人

中国过敏潜在人群巨大，且市场需求日益扩张，对品牌实现用户拉新利好。但实现用户拉新的前提是精准投放，那么，品牌在哪才能覆盖到潜在目标人群呢？

02

婴幼儿过敏现象高发，大多消费者缺乏认知

婴幼儿食物过敏已成为全球性的公共卫生问题，然而很多宝妈存在对宝宝过敏根源了解不足、对轻微症状不重视、对治疗方法认识片面等问题。因此，亟需加强该品类的市场教育。

03

特医品类因合规性推广受限，品牌曝光受限

纽康特作为特殊医学用途配方食品，其传播推广和售卖皆受合规性影响，主流媒体硬广点位限制。

借助世界过敏日节点整合营销传播

强调「远离过敏，从氨基酸配方开始」的品牌主张

对消费者进行市场教育，夯实行业专家形象占位

是纽迪希亚2022年亟需完成的课题

Step1 母婴垂媒宝宝树合作，精准狙击目标TA

作为国内TOP1的母婴社区宝宝树，拥有用户体量大、用户活跃度高等优势，借助多个黄金硬广点位的曝光，实现覆盖目标人群站内全链路，能精准有效触达目标用户。

Step2 借权威专家大V影响力，打通用户信息获取到品牌信任建立的链路

据调查报告数据显示，医生专家推荐是宝妈们最主要了解抗敏产品的途径，借助专家直播、KOL内容营销、创意交互H5「特爱抗敏学院」作为载体驱动目标人群，提升品牌的优势认知。

Step3 借势世界过敏日节点，为品牌曝光增长助力

利用世界过敏日关注热度，配合有价值有创新性的内容做承载，引爆品牌氨基酸特配品类第一心智。

远离过敏 从氨基酸配方开始

2022年世界过敏日



纽康特 通用名称：
特殊医学用途婴儿氨基酸配方食品

适用人群：0-12月龄食物蛋白过敏婴儿
添加中链甘油三酯、含DHA和牛磺酸、未添加乳糖

注册号：国食注字TY20175001
沪食特广审(文)第XXXXXXXXXXXX号

警示说明和注意事项：

- 1.请在医生或临床营养师指导下使用。
- 2.对于0-6月的婴儿本品可作为单一营养来源单独食用；6月龄以上特殊医学状况婴儿食用本品时，应配合添加辅助食品。添加辅助食品(特别是鸡蛋、海产品及其他奶制品)时，应遵从医生或临床营养师的建议。
- 3.不适用于非目标人群使用。
- 4.本品禁止用于肠外营养支持和静脉注射。
- 5.调配本品时只可用罐内所附的专用量匙。配制不当和使用不当可能引起健康危害。未经过医生建议切勿改变调配方法。

Step1 育儿专家抗敏公开课直播 补强市场过敏心智教育，为品牌背书

Step2 社媒投放精准触达目标TA 导流专家直播间，助力品牌用户拉新

远离过敏 从氨基酸配方开始

360°了解敏宝喂养干货

每晚七点 大咖科普，不容错过

- 7/9 —《科学守护敏宝胃肠道》
- 7/10 —《如何让敏宝远离维人湿疹》
- 7/11 —《敏宝辅食添加有学问》
- 7/12 —《远离过敏敏宝长高又长壮》

直播时间 19:00-20:00

7月8日

朋友圈

特爱过敏宝宝之家

360°了解敏宝喂养干货

宝宝过敏，怎么办？
明星育儿专家崔玉涛抗敏科普公开课，帮助宝宝远离牛奶蛋白过敏！

崔玉涛直播 氨基酸配方 过敏宝宝

纽康特

22-7-5 17:55 来自 微博视频号

发布于上海

宝宝牛奶蛋白过敏，喂娃成了日常难题？别担心！这个#世界过敏日#，纽迪希亚携手育儿专家@崔玉涛，带来敏宝喂养干货！#远离过敏，从氨基酸配方开始#7月8日晚19:00，直播上线#抗敏公开课#，破晓迷来，一键预约，课程干货不错过！👉家有敏宝，专家支招

360°了解敏宝喂养干货

家有敏宝，专家支招
明星育儿专家崔玉涛直播抗敏公开课，远离牛奶蛋白过敏，从氨基酸配方开始！

立即预约

远离过敏 从氨基酸配方开始

360°了解敏宝喂养干货

宝宝过敏，怎么办？
明星育儿专家崔玉涛抗敏科普公开课，帮助宝宝远离牛奶蛋白过敏！

崔玉涛直播 氨基酸配方 过敏宝宝

抗敏公开课

每夜七点，大咖科普，不容错过

7/9 —《科学守护敏宝胃肠道》

7/10 —《如何让敏宝远离维人湿疹》

7/11 —《敏宝辅食添加有学问》

7/12 —《远离过敏敏宝长高又长壮》

点击下方链接 预约直播

关注公众号

10:36

360度了解敏宝喂养干货

08时23分43秒开播

已提醒

Step3 母婴社区宝宝树深度合作 放大过敏日IP势能，多频触达目标TA

Step4 特爱抗敏学院H5承载抗敏知识 撬动潜客兴趣，拓宽用户沟通入口



Step5 打出KOL花式传播组合拳 为品牌扩大传播广度和深度



专家直播：借育儿专家行业影响力，以科普教育唤醒用户需求，以需求连接品牌价值

崔玉涛等五大权威育儿专家医生直播，在线解答消费者过敏疑问，补强品牌抗敏市场教育，为品牌背书，快速建立消费者信任。



社媒投放：朋友圈广告&微博粉丝通精准定向目标TA，强势曝光直播资讯，带动品牌公众号增粉

利用兴趣标签精准定向目标人群，巧用育儿专家崔玉涛形象和直击用户痛点的文案，拉近品牌与“敏妈”的距离，引发用户点击关注专家直播。



朋友圈广告



微博粉丝通

头部母垂IP合作：宝宝树黄金点位强曝光+深度内容沉淀，覆盖目标人群站内全链路，实现“品效”收割

投放总曝光量达
4438W+

内容分发

多流量入口包围

- 开机大图
- 信息流
- Banner
-



专题页承接



纽迪希亚露出



- 专家直播间
- 文章
- H5游戏
- 话题聚合页
- 好物推荐



黄金硬广强曝光

抗敏白皮书权威赋能

多形式/内容分发抓取用户

品效收割



创意互动H5：搭建「特爱抗敏学院」H5，抗敏知识驱动宝妈群体关注，打通用户沟通入口

H5总浏览量达
242,677



引导页&总览页



抗敏故事征集



过敏知识问答+专家直播

真实的抗敏经验分享，突显氨基酸配方优势，为品牌积攒口碑和好感度

母婴奖品吸引用户参与轻量知识问答互动，围观专家直播

KOL内容种草：发挥不同渠道资源优势，公众号&微博育儿大V双发力，最大化覆盖目标人群，形成种草势能



LIVE

全平台
直播观看人次

100W+

launch

社媒投放
总曝光量

1亿+

H5

H5
曝光量

24.2W+

BRAND

品牌价值势能迸发
开启特奶行业营销全新赛道

在市场抗敏需求旺盛之际，通过权威育儿专家直播背书，传递品牌倡导的科学喂养认知，有效建立消费者信任度，为行业开辟一个新的赛道。

USER

精准撬动潜客需求
触达广阔的母婴人群市场

通过专家直播、垂媒宝宝树、公众号/微博KOL内容种草等营销动作构建内容矩阵，精准触达目标TA，快速提升潜客的认识。

MARKET

扩宽用户拉新入口
助力品牌生意持续增长

宝宝树专题文章、公众号/微博头部KOL合作，进行目标客群拦截，刺激用户购买动机，打通科普教育-品牌信任-销售转化链路。