

医药行业社会化商业时代

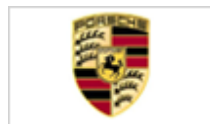
2013年9月17日

关于 AdMaster

- 数字广告：中国**最大的独立**第三方数字广告监测服务商
- 社会化营销：行业领导者，新浪微博/人人最高级别合作伙伴
- 调研：与中国最大调研公司 **Ipsos 达成亚太区独家战略合作伙伴关系**
- 跨屏：与Vivaki集团合作 “The Pool” 泳道调研（从2010年），**研究互联网用户跨媒介收视行为和评估视频广告价值**
- 移动：中国无线营销联盟（MMA）会员及市场研究委员会副理事长

服务世界领先客户

汽车领域



快消领域



金融



时尚和运动



IT和数码

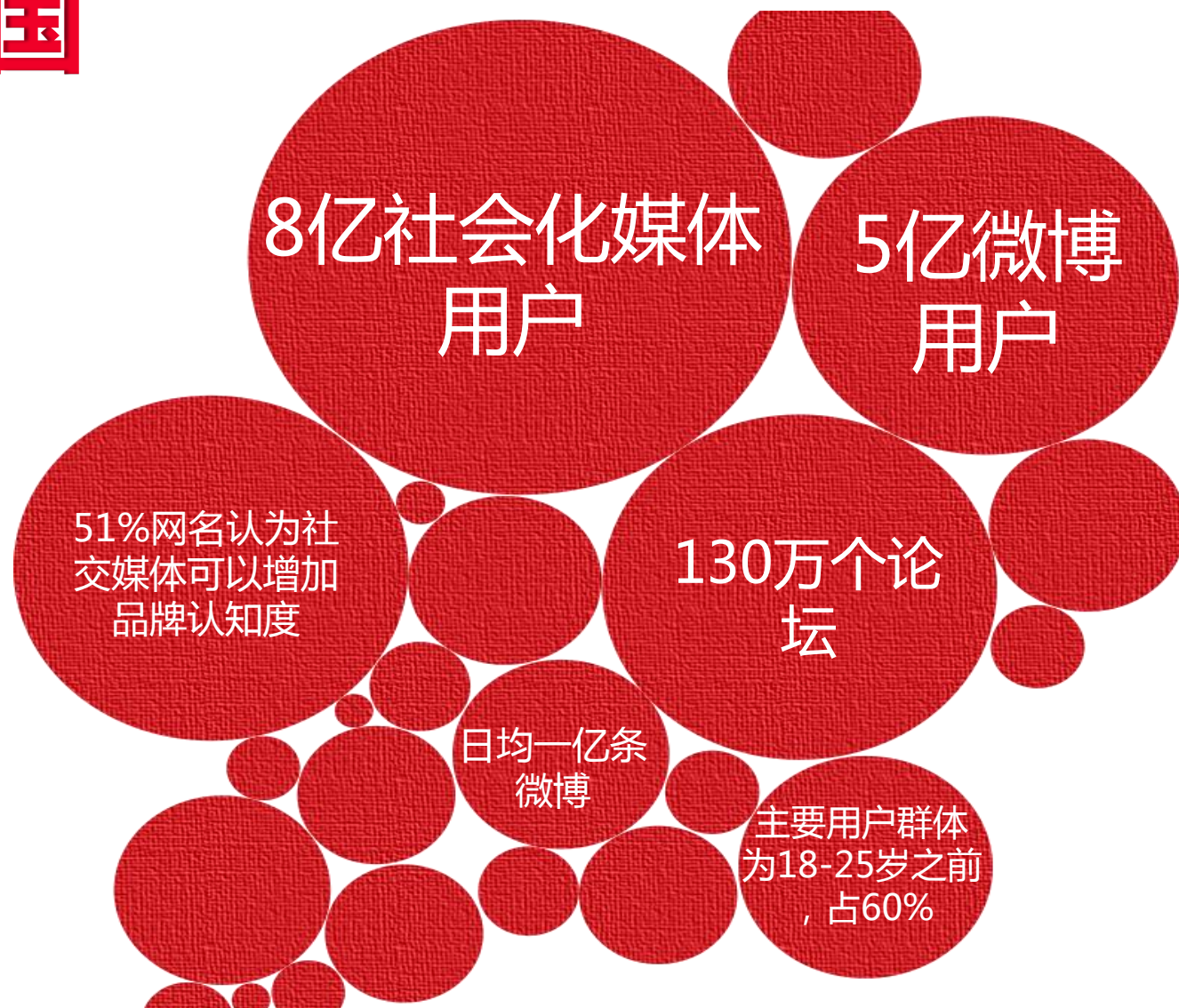


“

社交媒体正在改变我们的世界”



在中国



2013年4月29日

阿里巴巴正式宣布以5.86亿美元战略 投资新浪微博

2013年8月5日

微博淘宝版正式上线



对医药行业

社会化商业意味着什么？

消费者对社会化媒体的使用



The image shows a screenshot of a social media post for 'Xinbao Wan' (心宝丸). On the left is a product image of the medicine box, which is yellow and red with the text '心宝丸 Xinbao Wan' and '每瓶20丸'. To the right of the box is a white box containing product details: '通用名称: 心宝丸', '商品编号: B01000732', '商品规格: 60mg*20丸', and '商品重量: 10g'. Below this is a green banner with the text '既是购买前的咨询, 又有使用后的分享'. Underneath the banner is a social media post from a user with a black cat avatar. The post text reads: '暹牛蹄子与八爪: 今天转了心内科希望一切都会好起来跟上计划' (with a red stamp) '晚上好开心偷溜出去和某人看了泰囧很嗨皮' (with a red stamp) '还有我宿迁台湾腔把某人要逼疯了哈哈' (with a red stamp) '我不要做普通朋友' (with a sad face emoji) '最后一颗豆豆了开始了心宝丸之旅一点都不甜蜜' (with a sad face emoji) '@斜日一双双'. Below the text is a small image of the medicine box. At the bottom left are share icons for Weibo, WeChat, QQ, and others. At the bottom right is a '收藏' (收藏) button. A light blue box at the bottom right contains the text: '开心人大药房实体店为您提供登记购买或药师咨询服务'.

通用名称: 心宝丸

商品编号: B01000732

商品规格: 60mg*20丸

商品重量: 10g

批准文号: 国药准字Z44021843

既是购买前的咨询, 又有使用后的分享

暹牛蹄子与八爪: 今天转了心内科希望一切都会好起来跟上计划' (with a red stamp) '晚上好开心偷溜出去和某人看了泰囧很嗨皮' (with a red stamp) '还有我宿迁台湾腔把某人要逼疯了哈哈' (with a red stamp) '我不要做普通朋友' (with a sad face emoji) '最后一颗豆豆了开始了心宝丸之旅一点都不甜蜜' (with a sad face emoji) '@斜日一双双'

开心人大药房实体店为您提供登记购买
或药师咨询服务

药企微博的职责

@医药企业官方微博

用户管理

促进销售

网络舆情管理

掌握
患者
行为

优化
药企
客服

提升
药品
口碑

赢得
患者
忠诚度

精准
招商

口碑
营销

互动
传播

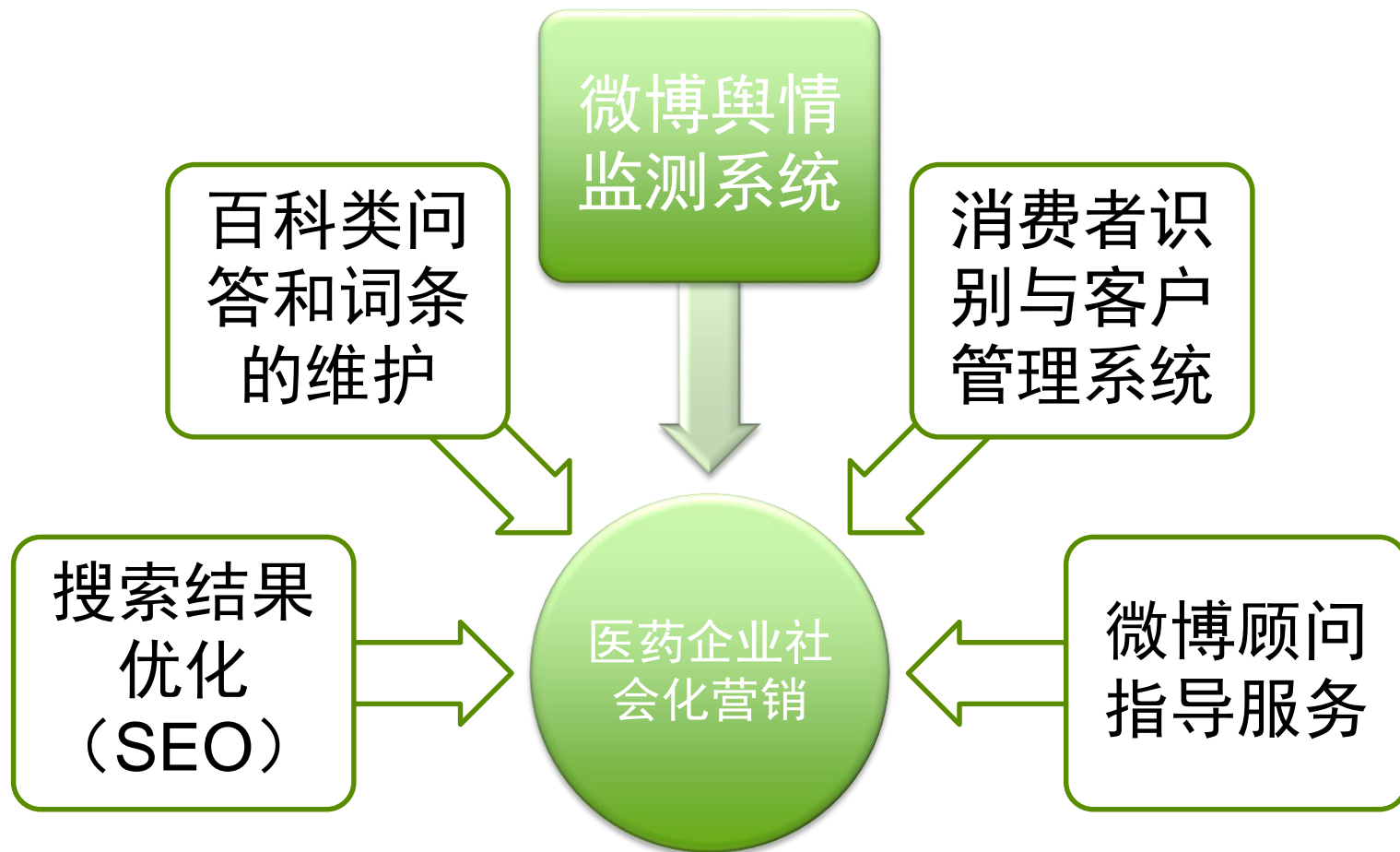
嫁接
电商

问题
回应

口碑
监测

竞品
动态

事件
处理

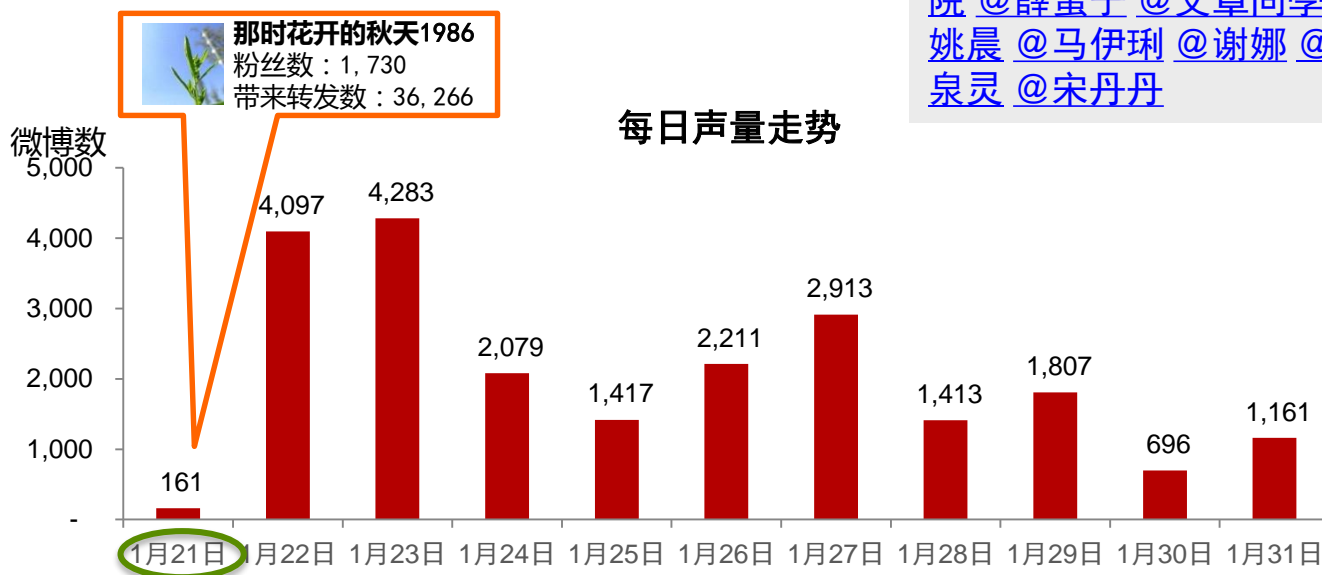


一条微博如何价值 **10亿** ?

十面埋伏——微博上危机随时都在潜伏并可能爆发

- 2013年1月21日，1名只有1,730名粉丝的微博网友发布的关于优卡丹具肝肾毒性的误导性微博引来了大量转发，在24小时内，转发数已达到**36,266**

优卡丹和“好娃娃”小儿氨酚烷胺颗粒，已经被充分证明了对儿童的肝肾毒性，一岁内禁服，六岁内慎服。但是为什么媒体还在播出他们的广告，药店也可以无阻碍购买。各位大V，帮忙转发吧，让媒体撤除这种残害儿童的广告吧！[@北京儿童医院](#) [@薛蛮子](#) [@文章同學](#) [@姚晨](#) [@马伊琍](#) [@谢娜](#) [@张泉灵](#) [@宋丹丹](#)



危机声量趋势——企业该如何应对？

时效性：危机爆发第二天，许多加V大号参与转发，负面声量持续走高，仁和并未及时发出任何声明，导致第二天负面声量持续走高。仁和失去了处理危机的最重要时机

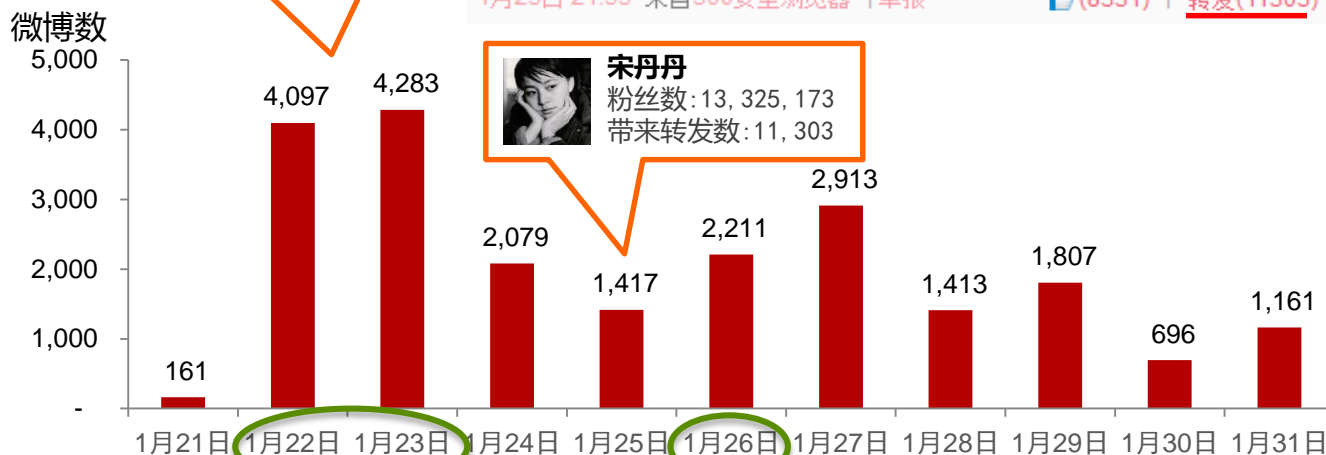
良好的沟通：危机爆发四天后，声量已呈现大幅下降趋势。但代言人宋丹丹的一条质疑微博又把仁和推向风口浪尖，声量开始回升。明星往往比企业本身更吸引人们关注，仁和并没有与代言人保持良好的沟通

文章同学
粉丝数：27,070,686
带来转发数：22,876

网上惊闻我代言的优卡丹对儿童健康有害。当初接此药物广告我及经纪公司的态度都慎之又慎，因此对厂家及药检部门的审批做了详尽的审查。假如今天网上爆料属实，我将诚恳地通过媒体站出来道歉。由于个人无法确切了解及掌握药检质量，今后无论是否有药检部门的审批资格，我都将不会再代言任何药品类广告！

1月25日 21:55 来自360安全浏览器 | 举报

👍 (8331) | 转发(11303) | 收藏 | 评论(15022)



宋丹丹
粉丝数：13,325,173
带来转发数：11,303

有人起哄，无人埋单

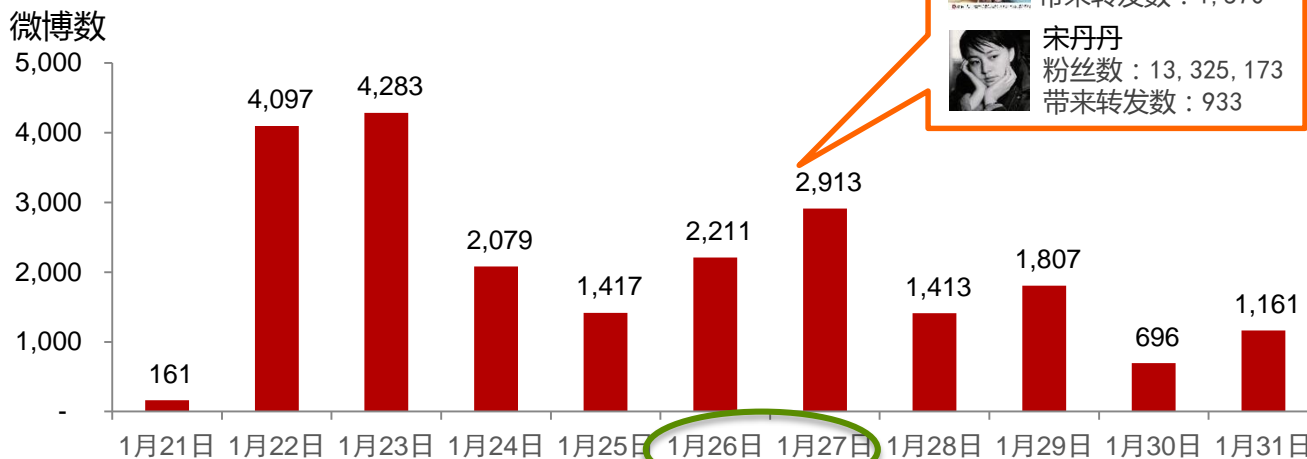
- 终于在26日，危机爆发后的第5天，仁和发布了官方澄清证明，但有人起哄，无人埋单。并没有太多大号与官微参与转发优卡丹澄清声明

近日有网友发布优卡丹“对婴幼儿肝肾功能造成损害”的传言。在此仁和药业郑重声明：1-12岁儿童依据说明书可放心使用，不会对肝肾功能造成损害，1岁以下婴幼儿禁服。我司已于去年5月按国家药监局要求，完成说明书修改，并在终端进行消费提示。仁和优卡丹严格按照国家药监局标准生产和销售，欢迎监督！



1月26日10:40 来自专业版微博

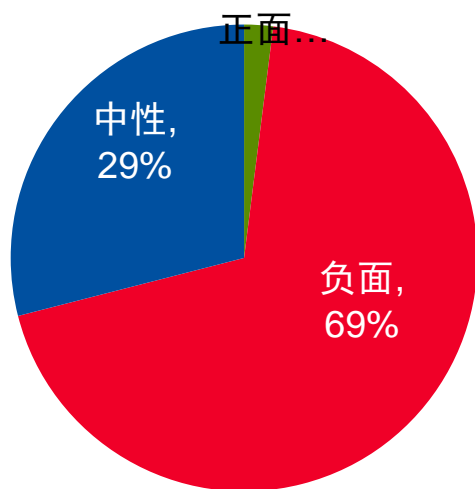
转发(1570) | 收藏 | 评论



病来如山倒，病去如抽丝

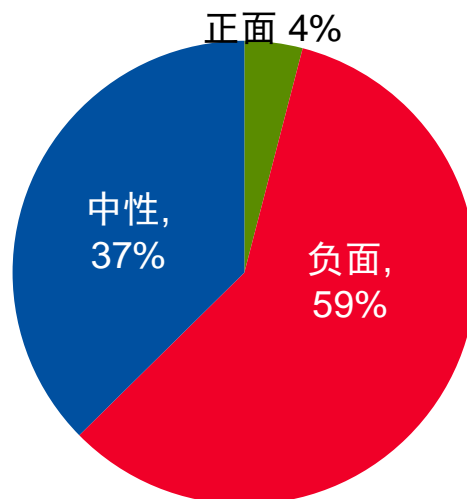
- 在发布澄清新闻稿前，网友们对于优卡丹的负面评价占到了**69%**，**29%**的人将信将疑持观望态度求辟谣，只有**2%**的人对优卡丹仍然是正面的评价
- 仁和药业发出澄清声明后，负面情感虽然减少**10**个百分点，但仍然占到**59%**

澄清前品牌正负面占比



■ 正面 ■ 负面 ■ 中性

澄清后品牌正负面占比



■ 正面 ■ 负面 ■ 中性

一条微博如何价值10亿？

危机期间，参与转发的加V大号与官微达**1,931**名。**10**天内，仅提到产品关键字负面微博条数高达**22,238**条。一条误导性微博，一场蝴蝶效应，导致仁和药业股价下跌近**5%**，市值蒸发**10**亿元



现在对社交媒体营销的问题是



做不做？



怎么做？

如何保护你的品牌

危机预警

- 在社交环境中，时刻保持警惕
 - 7*24 即时监测
 - 全面的判断方式
 - 即时快速预警

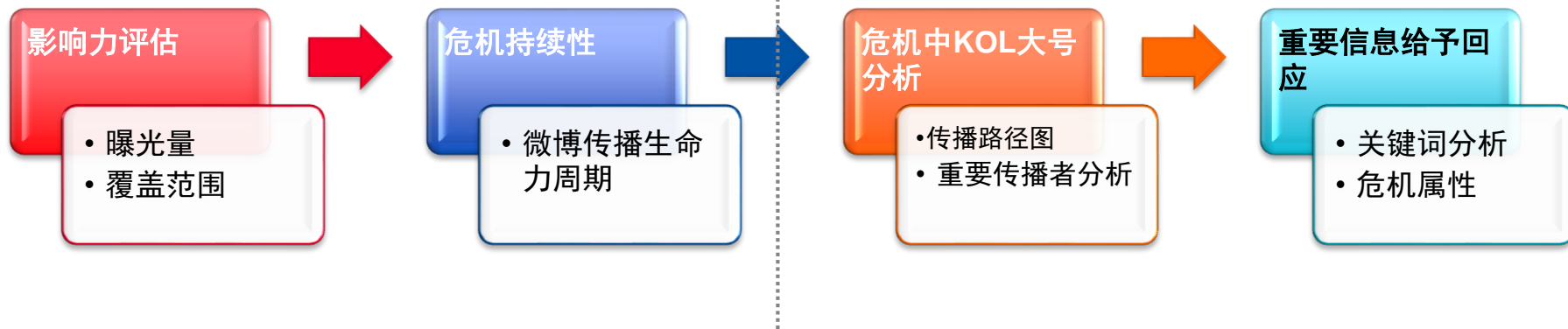


危机管理

关键应急处理过程

是否回应？

如何回应？



全面的判断方式 – 更有效发现潜在危机

WeiboMaster by AdMaster Beta

欧莱雅中国 添加关联微博

关键字选择: **欧莱雅**

预警设置

创建新提醒

提醒名称

收件人

设置提醒条件

选择提醒条件

微博发表量 作者属性 热词 健康度

选择统计时段

生效时段

统计时段

设置提醒条件

	条件	值
健康度	<input type="text" value="大于"/>	<input type="text"/>

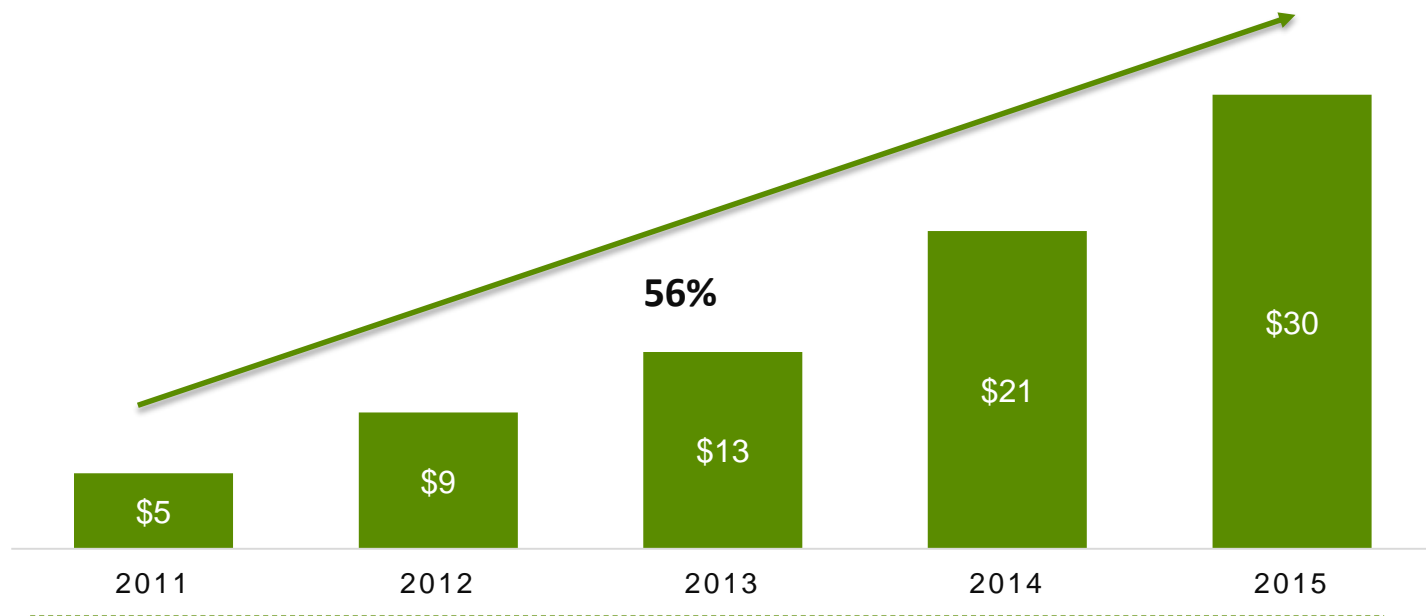
社会化商业时代，医药企业

如何抓住机遇

社会化商业趋势

By 2015, the dollar volume of goods sold through social media should rise to \$30 billion

Booz & Company Estimate of Social Commerce Market Size (2011-2015; in US\$ Billions)



Note: Numbers might not add up because of rounding

Source: Forrester Research; GP Bullhound; Euromonitor; Booz & Company analysis

购买来源于口碑

50% of online shoppers use expert reviews to make a purchase decision

Authority
rules

81% of consumers receive advice from friends and family relating to a product purchase through a social networking site

Social
Proofs

50% of shoppers have made a purchase based on a recommendation through a social media network

如何

精准定位消费者，进行口碑互动营销

案例

当你看到我一脸倦容，眼睛水汪汪的时候，不是我伤心，是因为我感冒了！严重的伤风感冒。如下图



5月22日 14:52 来自iPhone客户端

| [转发](#) | [收藏](#) | [评论\(3\)](#)

同时转发到我的微博

[评论](#)



ZHENG_Rose : 回复@楚岩妈妈3:嗯嗯，谢谢 (5月22日 15:19)

[查看对话](#) | [回复](#)



楚岩妈妈3 : 感冒很受罪啊，虽然说是小病，但是浑身不舒服~喝点药药，早点治疗，试试连花清瘟胶囊，我一般感冒了就吃这个药 (5月22日 15:13)

[回复](#)



快克健康顾问-7 : 多吃些富含维生素的水果，少吃些油腻刺激的食物，晚上用热水泡泡脚，最好吃些类似快克的抗病毒感冒药，早日康复 (5月22日 14:57)

[回复](#)

微博上存在大量与产品适应症有关的话题

The image displays four sequential screenshots of the Weibo search interface, each showing a search for a specific heart-related term. The search results are as follows:

Search Term	Number of Results
心脏病	15,563,712
心肌缺血	54,384
心绞痛	622,944
心律失常	171,392

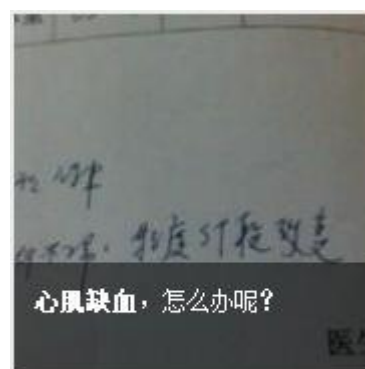
大量潜在消费者 出现在社会化媒体



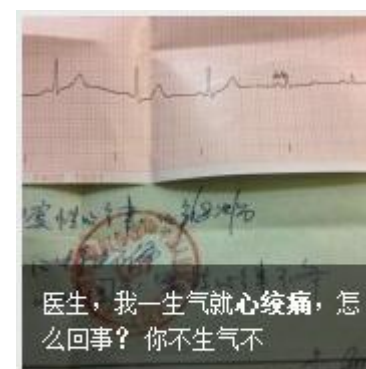
 Jessica_Khun
2月22日 14:03



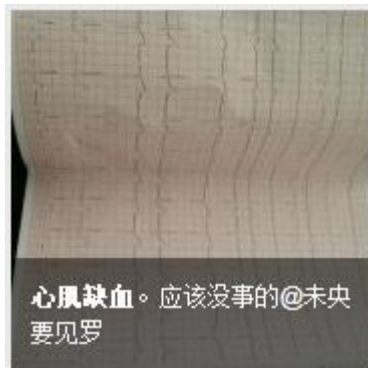
 弓月blog
2012年8月11日 09:37



 累了你就说
2012年11月22日 13:20



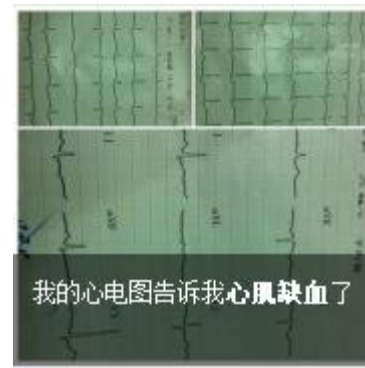
 yoyo阿童木
2月20日 18:48



 Jason简慕
2012年9月10日 09:45




 Jamie_2011
2012年8月17日 10:27

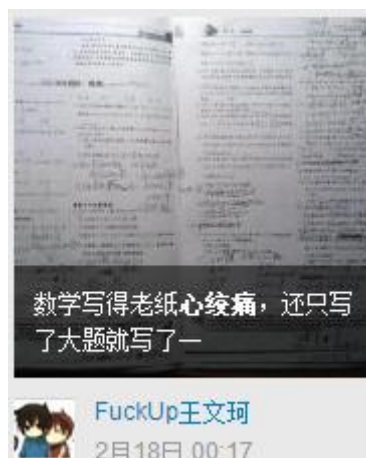


 Sunflower-Appl...
2012年4月27日 23:02

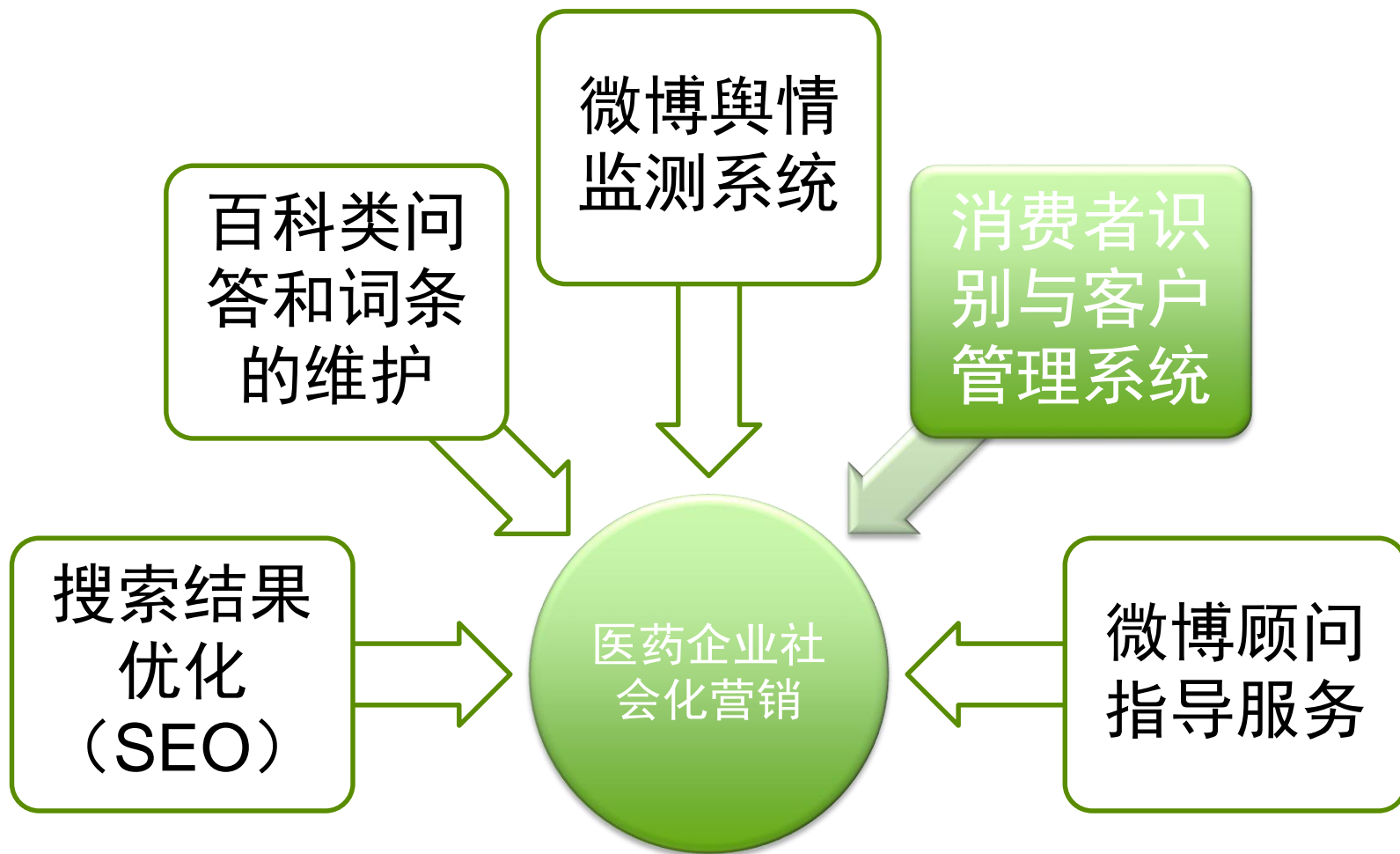


 怡尾欠少年
2012年9月17日 11:26

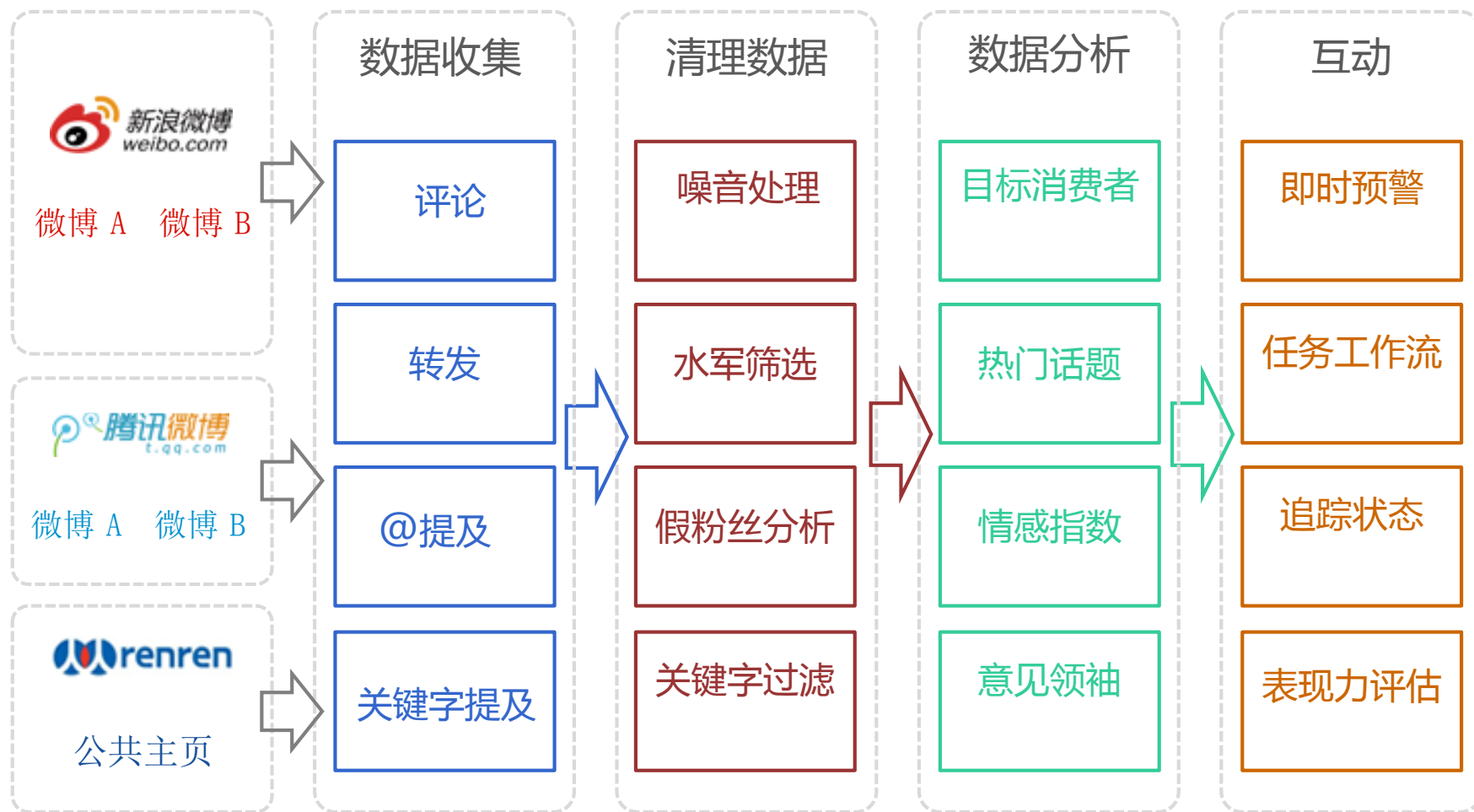
也有大量伪心绞痛的微博



国内唯一的医药行业社会化CRM系统：消费者识别与客户管理系统



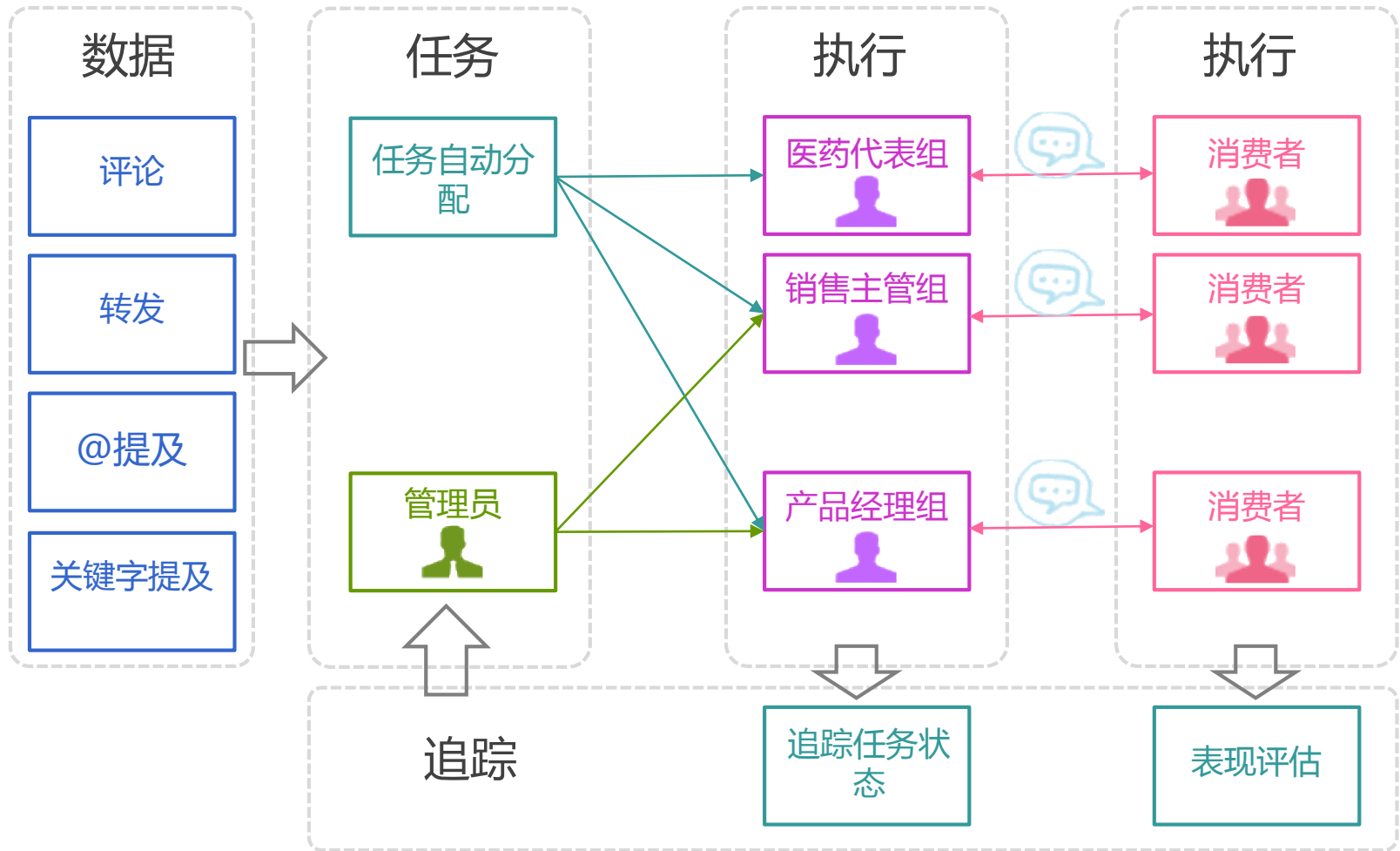
工作流程图



从聆听到互动



workflows overview



感谢

公司简介

为什么选择 AdMaster

社交媒体分析咨询市场领先地位

- 最强的数据获取能力：每日400万次新浪微博接口调用
- 与市场上的卓越客户建立合作关系，包括杜蕾斯，星巴克，宝洁各个子品牌
- 不断的探索创新，先进的解决方案，引领行业标准

技术驱动

- 强大的底层/硬件
- 定制开发能力

一站式解决方案

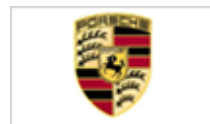
- 整合数字营销评估与优化
- 深厚的调研实力

领先的一站式数字媒体评估及优化咨询服务

- 数字广告：中国**最大的独立**第三方数字广告监测服务商
- 社会化营销：行业领导者，新浪微博/人人最高级别合作伙伴
- 调研：与中国最大调研公司 **Ipsos 达成亚太区独家战略合作伙伴关系**
- 跨屏：与Vivaki集团合作 “The Pool” 泳道调研（从2010年），**研究互联网用户跨媒介收视行为和评估视频广告价值**
- 移动：中国无线营销联盟（MMA）会员及市场研究委员会副理事长

服务世界领先客户

汽车领域



快消领域



金融



时尚和运动



IT和数码



AdMaster 全套解决方案

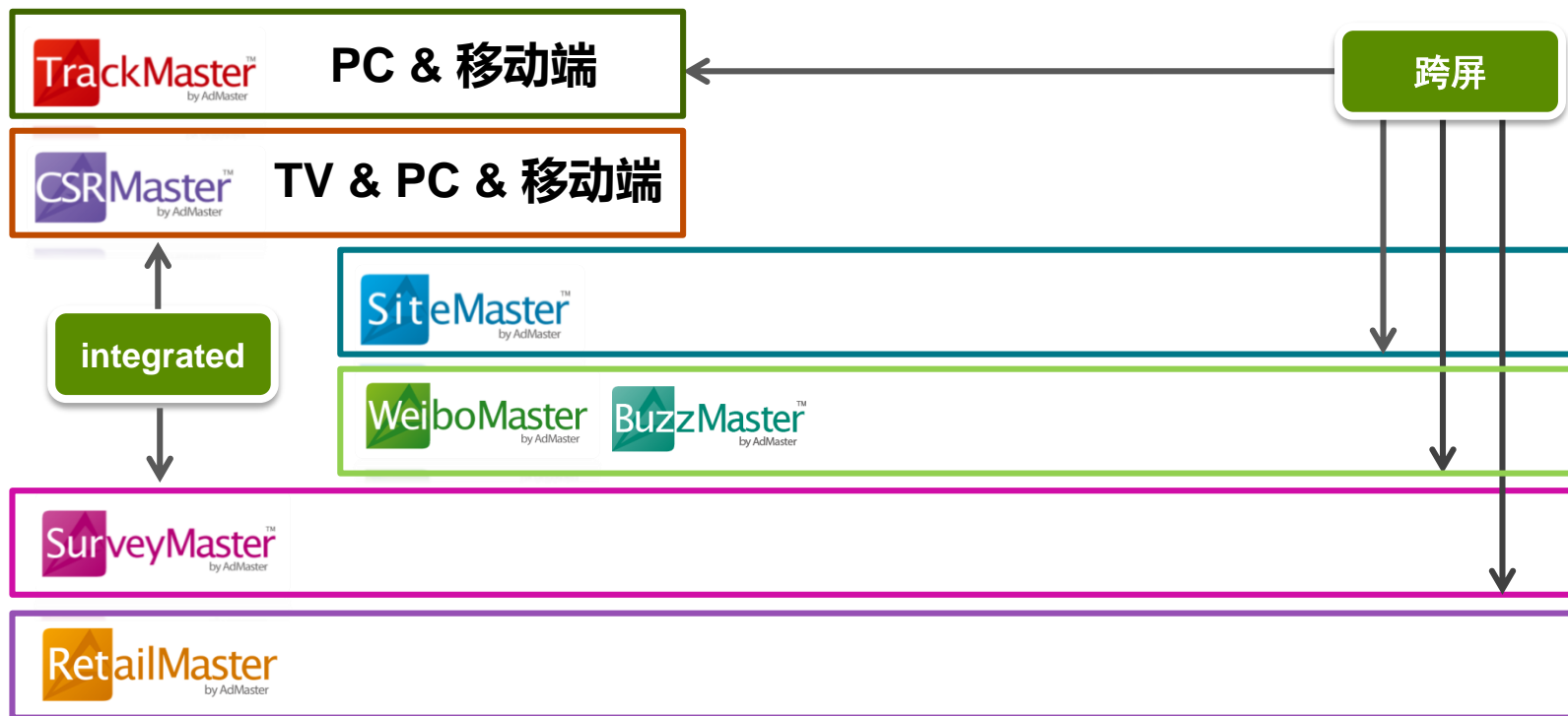
认知
Awareness

兴趣
Interest

欲望
Desire

行动
Action

分享
Share



覆盖所有数字媒体的大数据平台

- 一个平台整合所有类型的数字媒体
- 数据和洞察驱动营销优化
- 共有 9 个领先市场的产品

数字媒体监测和优化

付费媒体

- 监测和优化
- 数字调研
- 跨屏分析 (+TV+移动端)
- 移动调研
- 数据服务

赚得媒体

- 微博平台监测和优化
- SNS平台监测和优化
- 社会化媒体倾听

自有媒体

- Site tracking and optimization 网站监测和优化
- 电商评论引擎
- 品牌微博监测和优化