



# 指尖上的医药营销革命 @肖明超

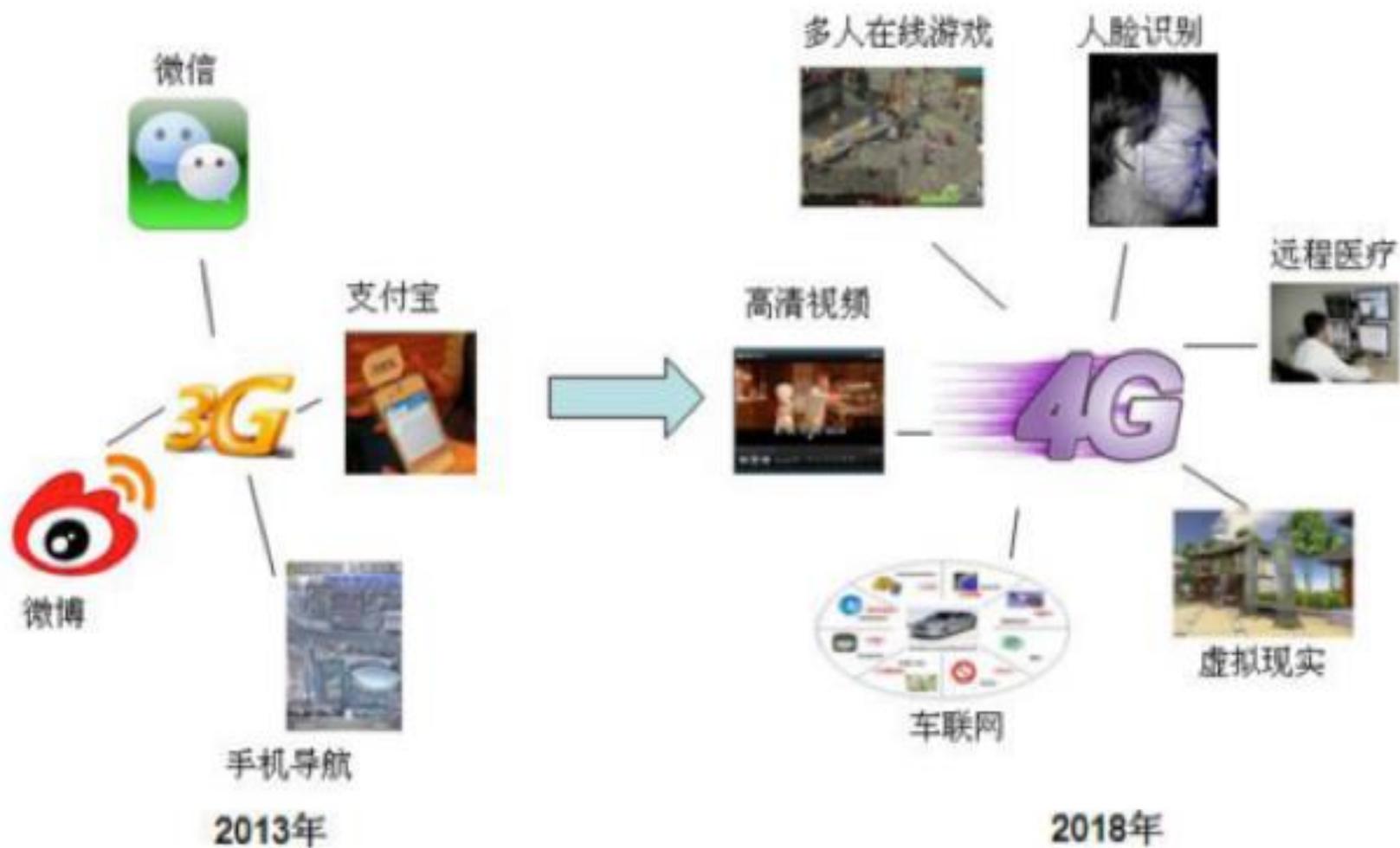
# 移动互联网时代的医药商业重构

# 4G扩增移动互联网容量



60%

到2018年，LTE将覆盖60%的世界人口



# 消费者刚性需求的移动化



网易云阅读

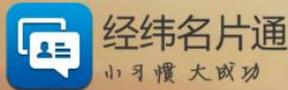
资讯与知识



社交



随时随地的娱乐



工作需求



生活需求

未来，一切皆移动.....

移动支付成熟，让实时化的消费和交易行为加速



# 可穿戴市场与移动医疗的爆发

- 除来自于硬件设备的销售外，由于信息技术的引入，借助云计算、移动互联网与大数据相关应用，服务的提供将形成更大的市场机会。



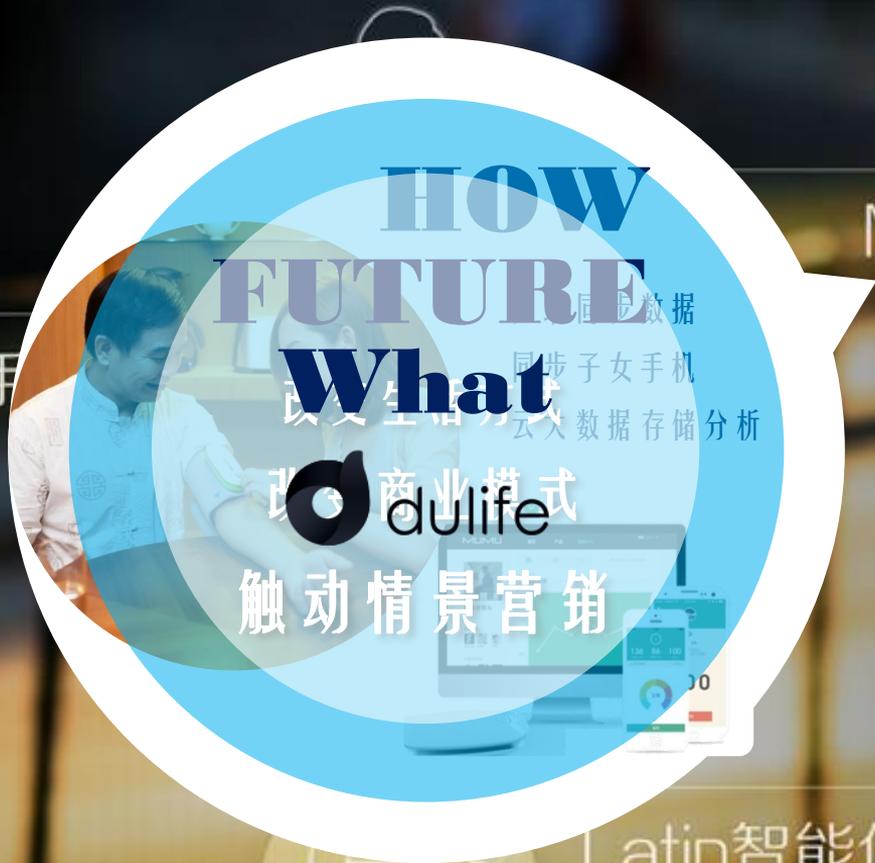


Boom Band健康手环  
记录生活习惯

Baidu 百度

dulife

百度云智能时代  
驱动营销新格局



MUMU血压仪  
监测体表特征



Latin智能体脂测量仪  
解读身体成分



“未来医疗让我们的身体变成API”

phone

total: \$350

# 开启营销新模式：情景营销



体感设备-实时了解消费者的需求变化

有针对推送品牌产品及服务

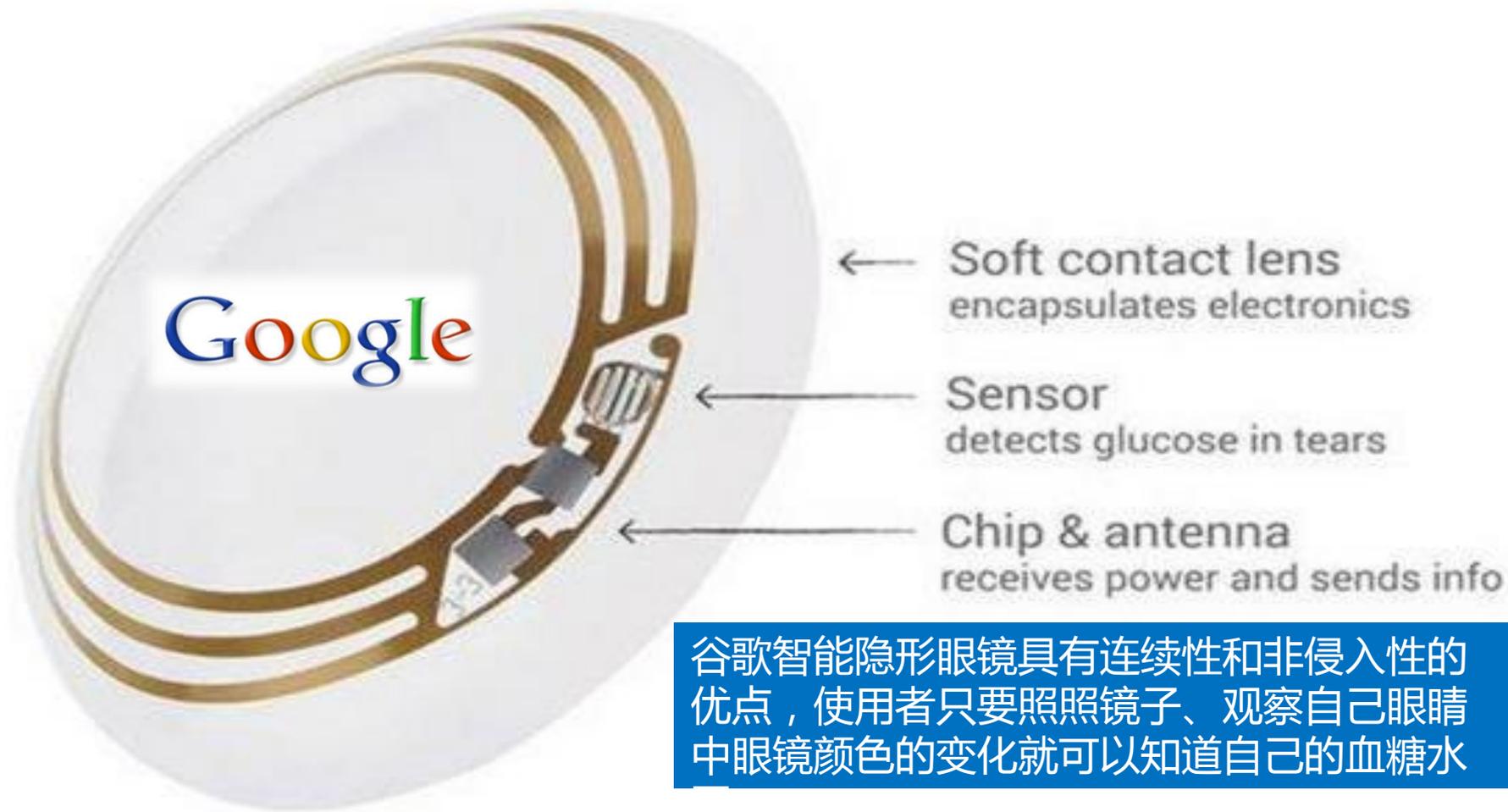


...

# CASTLIGHT HEALTH

Castlight Health通过在线工具和手机客户端，为他们的雇员提供透明的医疗服务价格和相关数据，为企业提供透明的健康医疗成本。2014.3.14美国上市，估值20亿美金。





谷歌智能隐形眼镜具有连续性和非侵入性的优点，使用者只要照照镜子、观察自己眼睛中眼镜颜色的变化就可以知道自己的血糖水

iWatch将导入血液检验、心跳侦测、血压测量等健康功能，Healthbook以卡片形式记录一系列健康和健身数据，包括含水率、血压、血糖、心率、呼吸和血氧饱和度等。



# 重新想象与用户沟通和服务的全息化界面



# 医疗移动化趋势

4万个  
移动医疗app



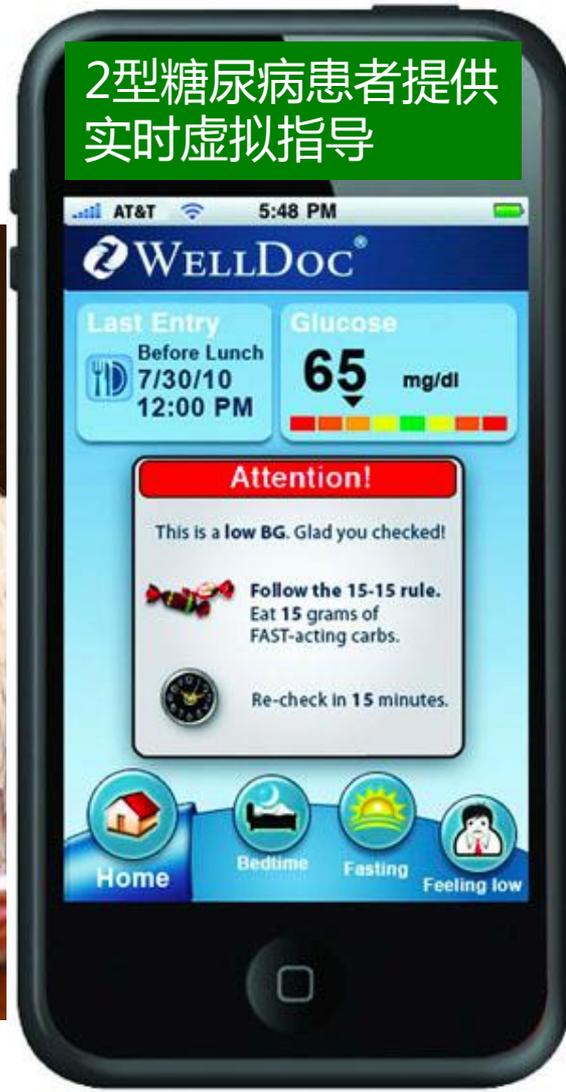
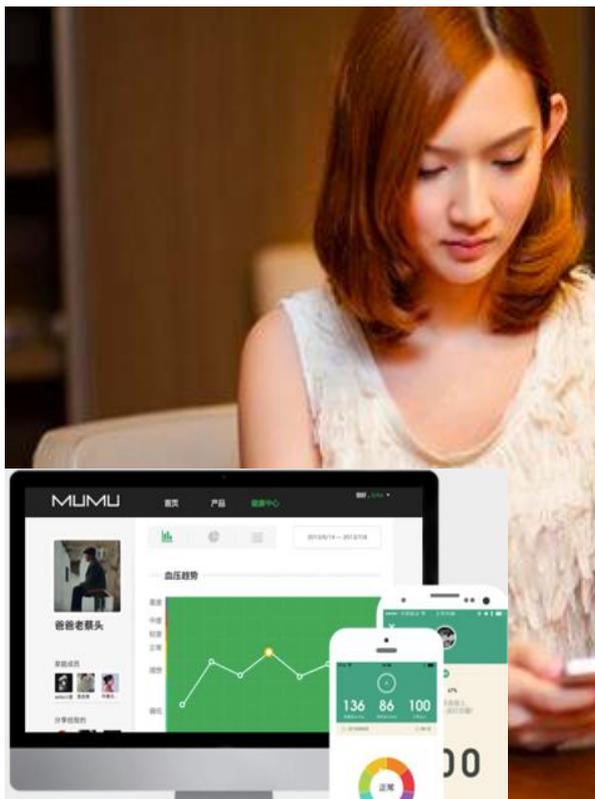
62%  
内科医生使用平板



1/3  
2015年使用医疗  
APP用户数



# 移动化医疗市场：慢性病管理



# 移动化医疗市场：细分人群特定需求



## 成为快乐妈咪，从未如此安心

胎语仪：全球首款智能胎心监测设备

每次听胎心的时间，记得常来看看宝宝哦~

宝宝正常心率为每分钟120~160次

胎语录制时长



了解更多胎心监护曲线知识

宝宝心率

胎儿心率(FHR)监测曲线，可以了解宝宝健康状况

# 移动化医疗市场：与医生实时链接

# ZocDoc



Find a doctor and make  
your appointment online.

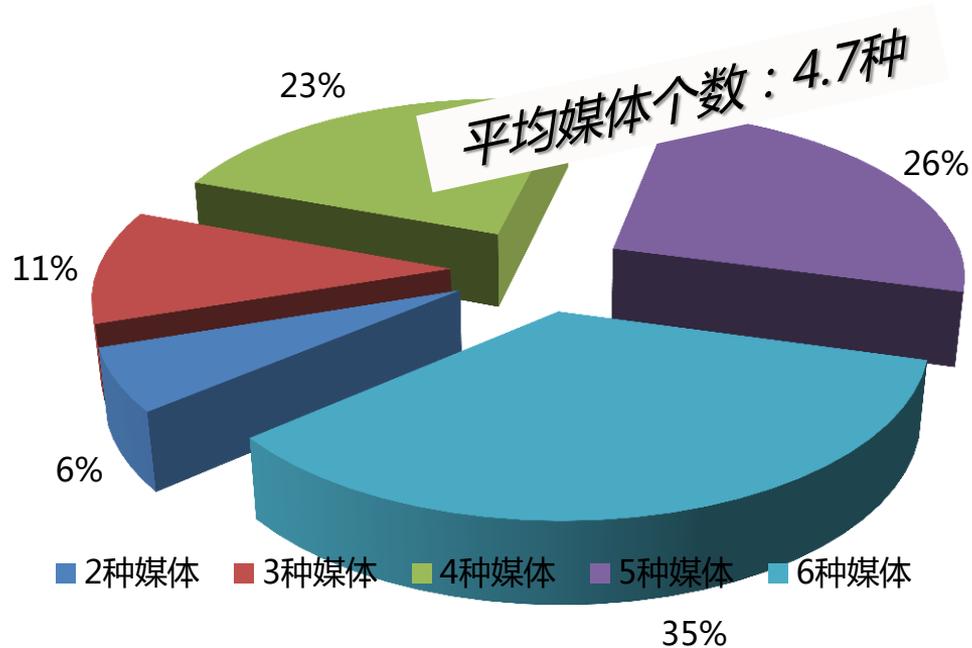


春雨医生，身体不适问春雨

95%用户表示满意 1小时平均回复时间 5000名认证三甲医院医生

# 医药企业如何应对移动互联网营销

# 广告主在媒体使用过程中越来越注重多媒体的组合



一次典型营销活动用到的媒体 %

- 超过80%的广告主会在一次典型营销活动中同时使用**四种**以上的媒体
- 在多媒体组合营销中，**电视、传统互联网、移动互联网和户外广告**都是必不可少的组成部分

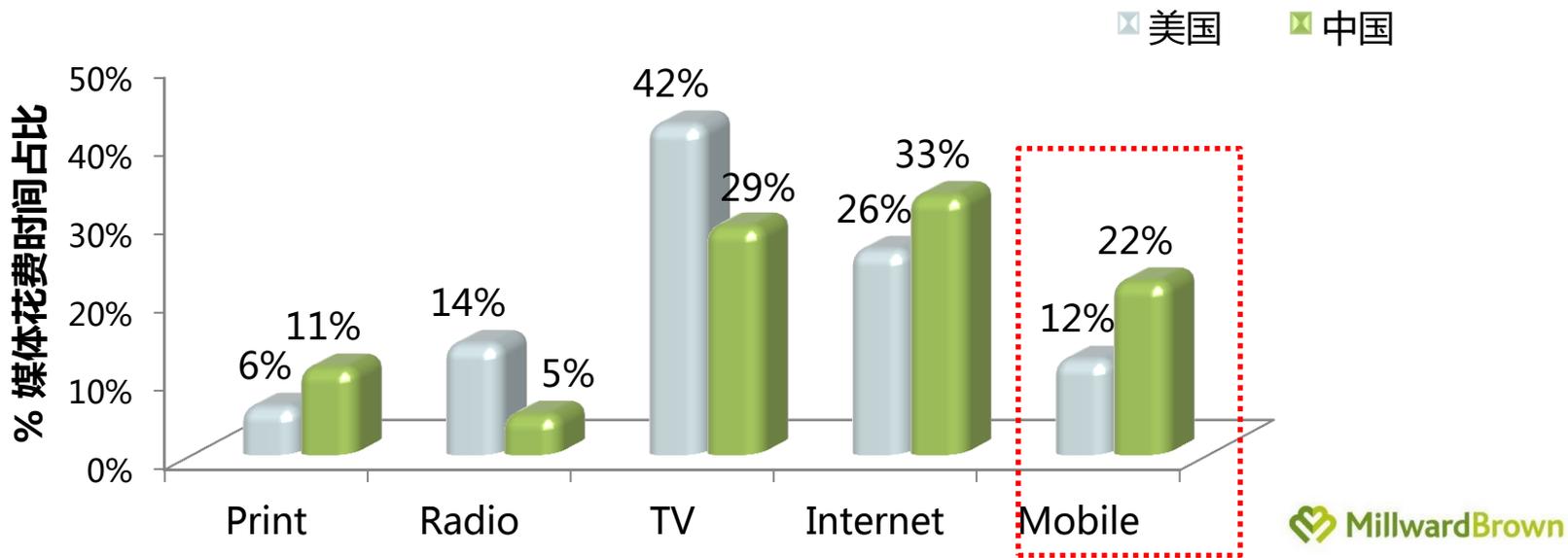
不同媒介组合使用的情况

• 不同营销目的时，广告主对不同媒体平台的使用情况

# 中国消费者手机的使用时间超过美国

- 中国消费者在智能手机上花费的时间约占22%，比美国消费者高10%。

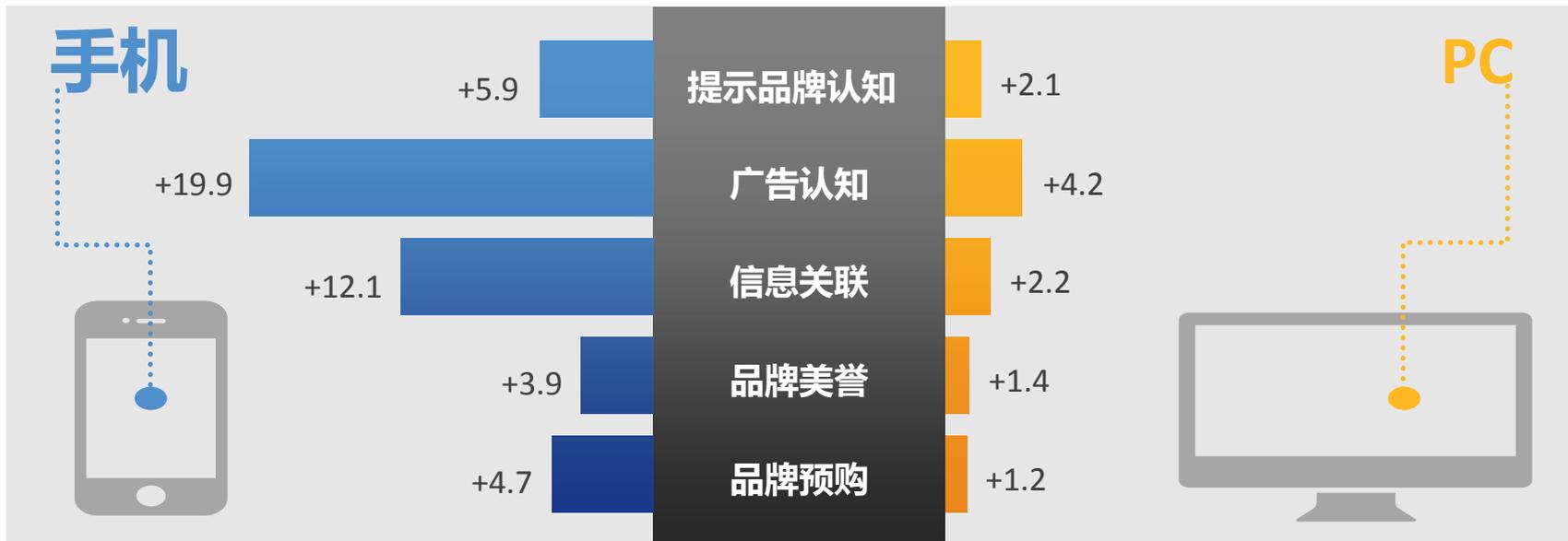
## 2012年美国和中国消费者在各类媒体上花费的时间



Source: USA media time spent share data based on eMarketer as of 12/12, China media time spent data per Miaozen Systems' (a leading 3<sup>rd</sup> party ad tech platform) survey of 35,750 samples as of 12/12.

# 目前阶段智能手机广告沟通效果优于PC端广告

品牌指标的平均提升能力

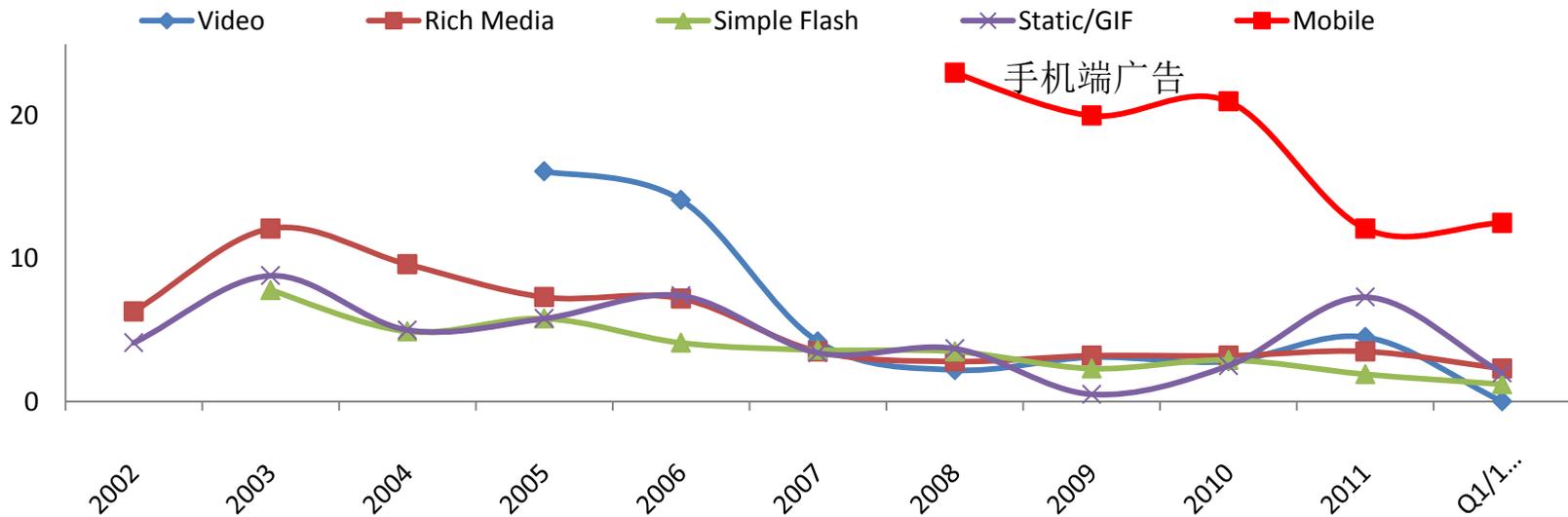


Source: Dynamic Logic MarketNorms for Online, last 3 years through Q1/2011, N=2,437 campaigns, n=3,259,336 respondents; AdIndex for Mobile Norms through Q3/2011, N=165 campaigns, n= 125,471 respondents. Delta ( $\Delta$ )=Exposed-Control

# 而且手机端广告正处于创新红利期

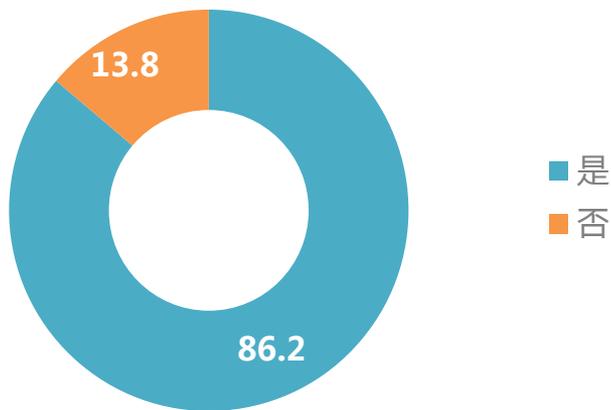
- 如同一般网络广告、视频广告、早期采用移动互联网广告将获得更大的效果。
- 手机广告目前正处于广告形式创新红利期。

各种数字广告平均效果年度变化- AdIndex

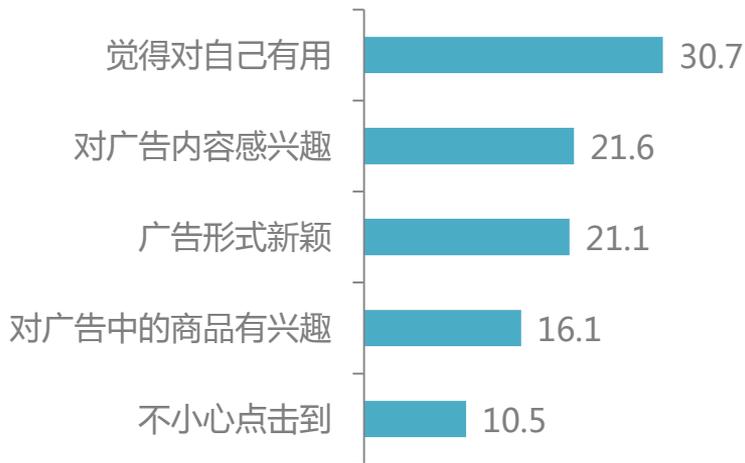


# 移动广告：在合适的地方展示给合适的人

移动广告接触率（%）



点击广告的原因（%）



# 男性更关注形式，女性更关注内容

- 调研数据显示，男性容易受广告形式的吸引，而女性则对于广告的内容和广告中的商品感兴趣。





## 移动广告如何影响用户消费:



向您介绍一些新鲜的东西 (79%)



为您提供更好的选择 (63%)



帮您找到附近的商店等 (62%)  
让您重新考虑一件产品 (57%)



影响到您的店内购买决策 (53%)



影响到您的最终购买行为 (57%)

在消费者购买行为的整个过程中，移动广告被证明是始终有效的

# 移动互联网营销是 “以移动化为中心的 整合 营销”

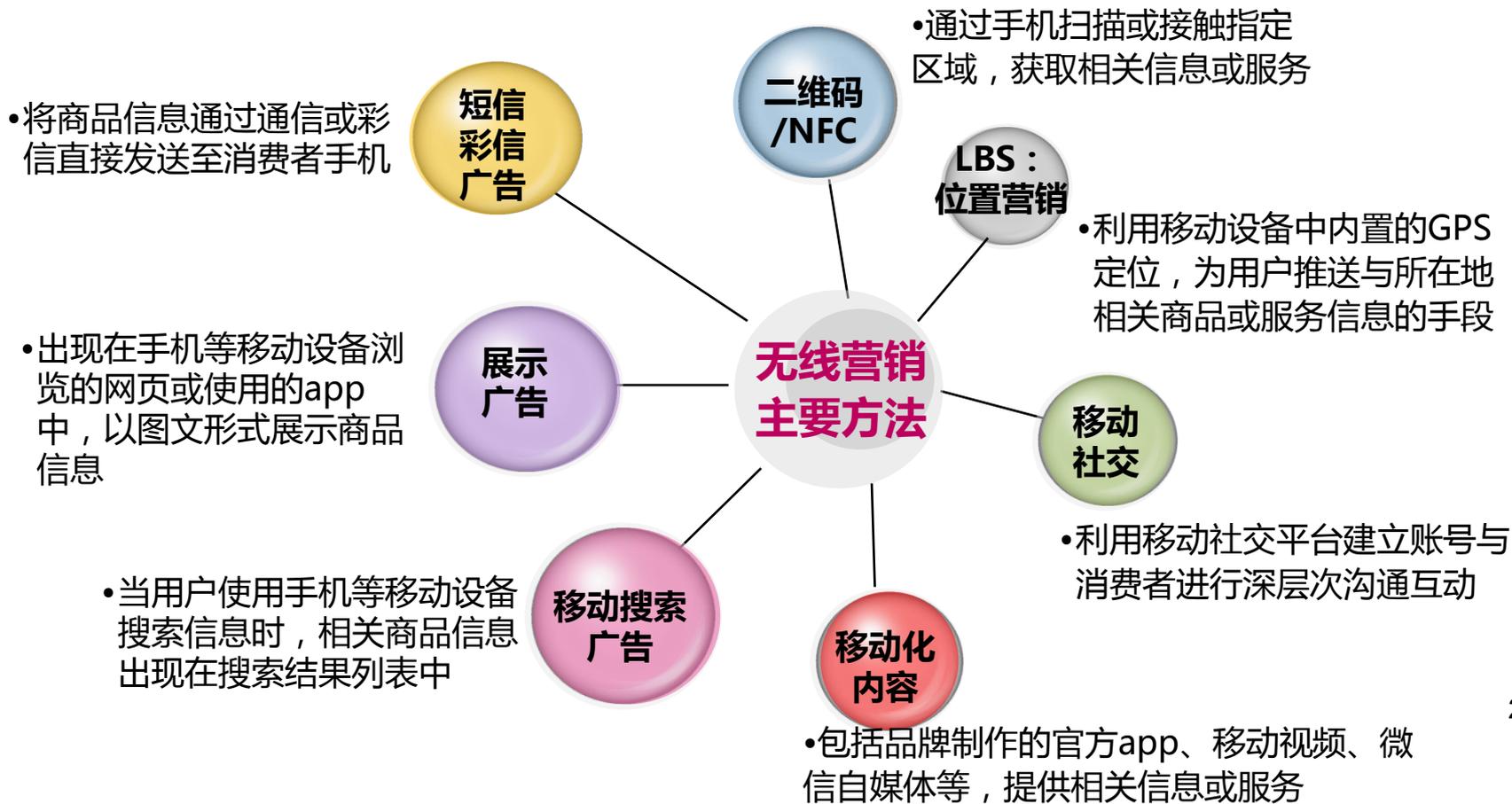
以**移动设备**为平台，**整合多种营销手段**，向移动设备的用户/消费者**传递品牌/产品和服务信息**，以达到企业**市场营销目标**的行为。

二维码      LBS  
彩信/短信  
展示广告  
社交      搜索  
电商      视频  
            NFC  
游戏      app

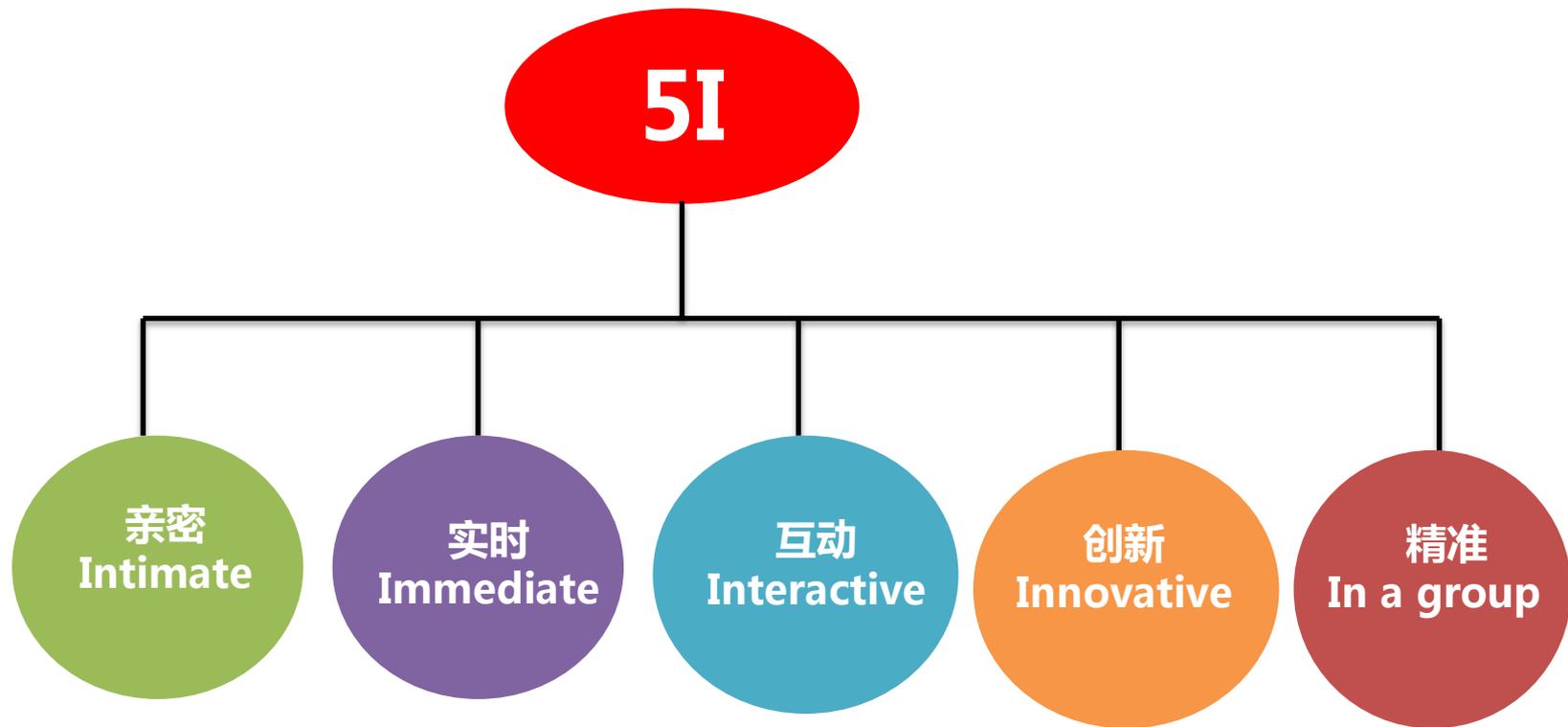
## 移动整合营销

“移动的整合营销，用移动整合营销”

# 移动互联网营销：更强调整合



# 移动互联网营销的“5I”特性



# 移动营销的8大关键词

# 移动互联网营销关键词（1）：互动

维多利亚在模特前胸盖上二维码，广告文案更是赤裸裸地充满诱惑——“Reveal Lily's secret”（Lily的真实秘密），让你亟不可待地拿起手机拍摄二维码，原来二维码的后面是维多利亚的秘密内衣，真的如广告语所说的那样，“比肌肤更性感”。



# GranataPet: 签到一下，狗狗不怕饿

德国一间宠物食品公司GranataPet为了推广品牌，利用Foursquare构思了一个创新而且花费少的活动（一共十块广告板，每块花费350欧元）能解决这个问题。该公司，在柏林和慕尼黑安装了10块户外广告板，当用户在Foursquare上签到时，狗粮就会自动出来。借助经典条件反射的作用，每当狗狗们都走到广告板附近，为了能吃到狗粮，都会扯着让主人去广告板。



## 效果：

活动第一天，每块广告板平均有118次签到。活动开始之后的第十天，GranataPet在在慕尼黑的宠物商店比之前的销量增长了28%。因为这项成功的活动，GranataPet将会在20个城市再安装100块广告板。销量比前年提升了14%，宠物商店对于GranataPet产品的需求增长了38%。



京东布局移动平台：

在移动平台推出“**摇啊摇，越摇越尖叫**”活动：

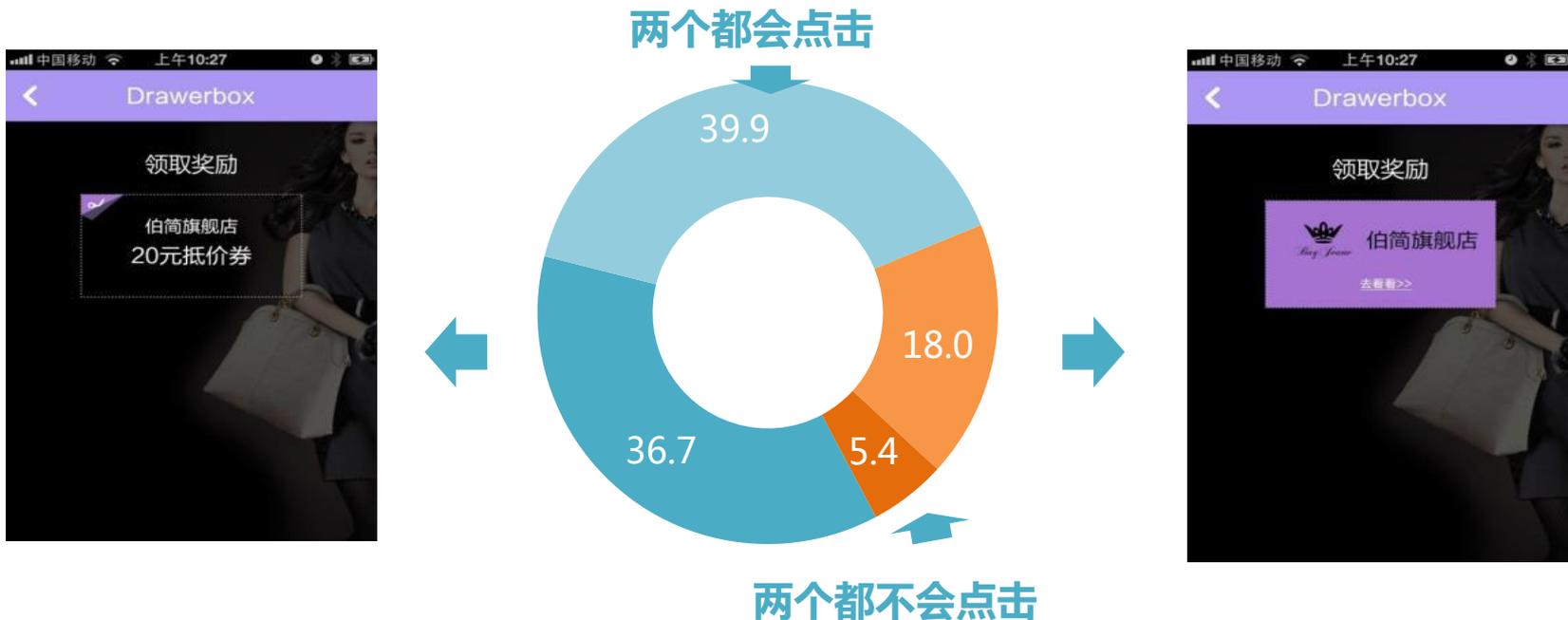
- 刺激消费：通过代金券刺激消费者下载客户端
- 增加用户粘性：每天限制次数，增加用户粘性，增加用户活动期间返回率
- 增加客户端下载量：通过二维码、各应用市场下载增加客户端下载量

利用微博平台对“**摇啊摇，越摇越尖叫**”活动进行推广：

- 活动预热：利用微博平台对活动进行预热
- 活动直播：活动时间对中奖者进行微博直播
- 粉丝互动：积极与主动和官微搭讪的粉丝进行互动

# 移动互联网营销关键词（2）：任务、利益与刺激

## 76.6%的被访者对优惠/奖励感兴趣



B23.当您做完问卷后，您更倾向于点击如上图中的那种内容？【单选】

填写手机号申领优惠券



台北·茉莉雅  
www.juliaphoto.cn 婚纱摄影

预定4999婚纱照系  
可享受转介绍一对享有  
完全免费的活动名额

填写手机号码, 请凭收到的短信到店使用

台北茉莉雅婚纱摄影, 人气偶像代言, 京城诚信品牌!

预定4999婚纱照系, 可享受转介绍一对享有完全免费的活动名额。

1. 活动方式: 输入手机号码, 收到短信后去店内凭此换取真实合同
2. 活动时间: 短信有效期为一个月、拍照有效期为一年
3. 联系方式: 010-82206650

请输入您的手机号码  确认

注: 输入手机号仅用于向您发送优惠券;  
不会产生任何费用;

15秒后优惠券发至手机



视频分类 历史记录

——疯狂抢定4999元结婚套系  
买一赠一哟~@^\_^@~

英美剧

信息来自: 0716-7734320  
您好, 欢迎您到“茉莉雅婚纱摄影”店  
内凭此短信换取真实合同, 短信有效  
期为1个月, 拍照有效期为一年

关闭 回复

电视剧 99+

凭券到店消  
费享折扣

# 肯德基 为夏天加点料

**投放时间:** 2012年7月2日-2012年7月31日 (30天)

**项目背景:** 专为KFC夏日饮品“有料同享，第二杯半价”活动定制的线上清凉体验！通过智能手机参与趣味性极强的小游戏，让受众在互动中觉知夏日新品，了解门店活动详情。



banner



Landing页面

# 项目亮点

利用智能手机的**重力感应**特性，定制了与宣传完美契合的**摇晃手机**的互动小游戏，趣味、简单及奖品激励，让营销效果非常出色。



摇晃手机为饮品加料



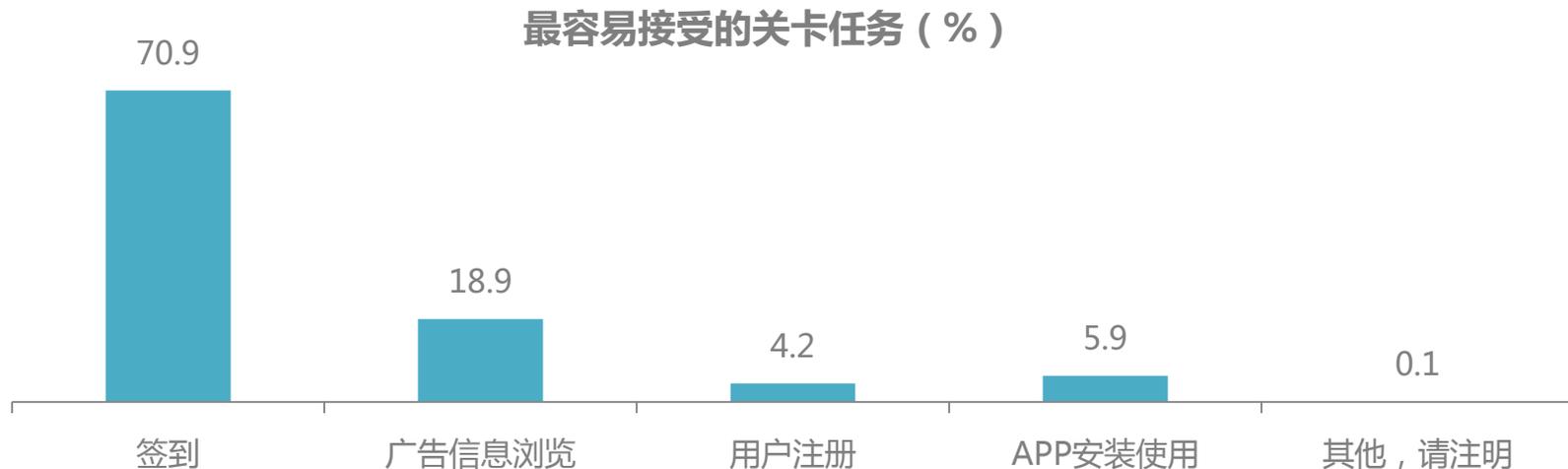
摇出料后分享并抽奖



每次摇晃会有不同的料

# 任务要求：简单快捷、没有负担

- 从被访者最容易接受的关卡任务上来看，像“签到”这种简单快捷的任务模式是最受欢迎，其次是对用户而言负担较小的广告信息浏览。



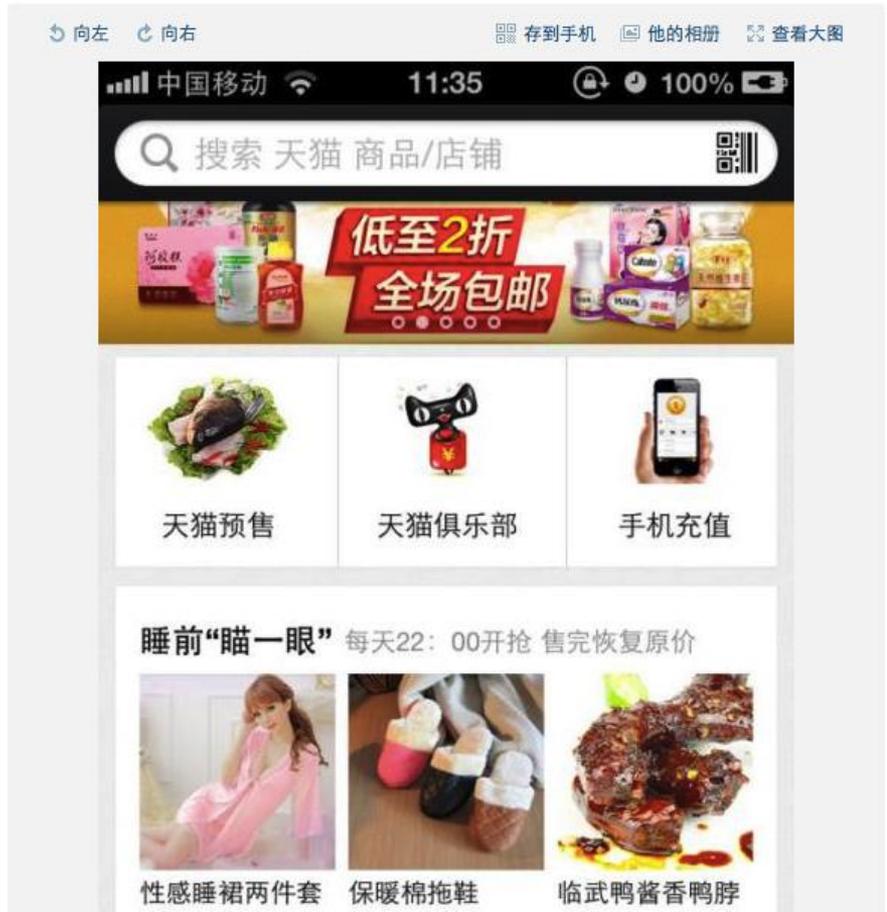
B10.请问您觉得哪种关卡任务设计或是要求是您最容易接受的？【单选】

# 移动互联网营销关键词 (3)：生活场景化营销

天猫小二说，往年黄金甲更多是通过聚划算、双十一已经满足了大多数需求，但很多细分人群其实并未覆盖。相较而言，手机购物的典型消费者如白天异常忙碌的妈妈、刚刚开始工作的年轻人、不方便使用电脑上网的学生和打工者乃至三四线城市的潮人，都是传统方式较难覆盖到的消费者。

天猫无线

天猫无线 #睡前瞄一眼# 让黄金甲再现疯狂销售，【神品“黄金甲”的辉煌战记】总有那么一种存在，你每次看到都笑笑直摇头，但它就那么受欢迎，你走到哪都摆脱不了他，即所谓“神一般的存在”。在音乐圈，“神一般的存在”首推“[最炫民族风](#)”，在网购界则可能是——黄金甲保暖内衣。





# 墨迹天气

Ver 4.6 for iPhone

- 天气信息排版优化
- 24小时折叠式设计
- 空指设计收放自如
- 生活指数炫酷登场



# 2014 迹将卫蓝

墨迹天气新品发布会  
5.11 尤伦斯中心见

# 情景互动



- 宜家通过AR技术摆放家具



- Converse通过移动设备进行试穿

## 移动互联网营销关键词（4）：娱乐



**倔强的摩托**  
**一人尽情玩**  
**六人开**

与性能出挑的摩托驰骋在送餐之路上，  
超级娱乐在手，六人享美味Party sub月

**倔强的摩托**  
**SUBWAY**

立即开赛 GAME  
美味菜单 FOOD MENU  
店面分布 LOCATIONS  
我的优惠券 COUPON

© 2014 Doctor's Associates Inc.  
SUBWAY™ is a registered trademark of Doctor's Associates Inc.



## **HOW DOES IT WORK?**

**Once you download  
the app, gps helps  
you choose the taxi  
within your area**

# 移动互联网营销关键词（5）：行动加速 Click To Call

## 广告主 平安车险

### 项目背景

- 迅速抢占移动互联网市场，抓住移动互联网流量

### 传播目标

- 通过移动数字营销吸引核心市场目标受众，扩大平安车险在中高端消费群体范围内的影响力和知名度

### 传播策略

- 活动推广+口碑营销，提高活动关注度，完成品牌深度植入
- 跨平台协作推广：手机网站、iPad应用与互联网内容和活动机制通过wappush进行无缝整合，真正实现360°的互动营销整合

### 推广效果

- 3个月的投放，**800万人次**的品牌曝光；**4万次**用户点击，高端消费人群购买量上涨近千人，大大增加了其受众范围。

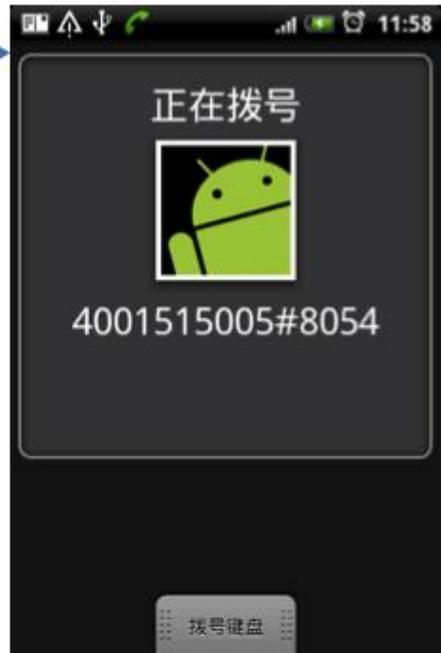




点击广告了解活动详情

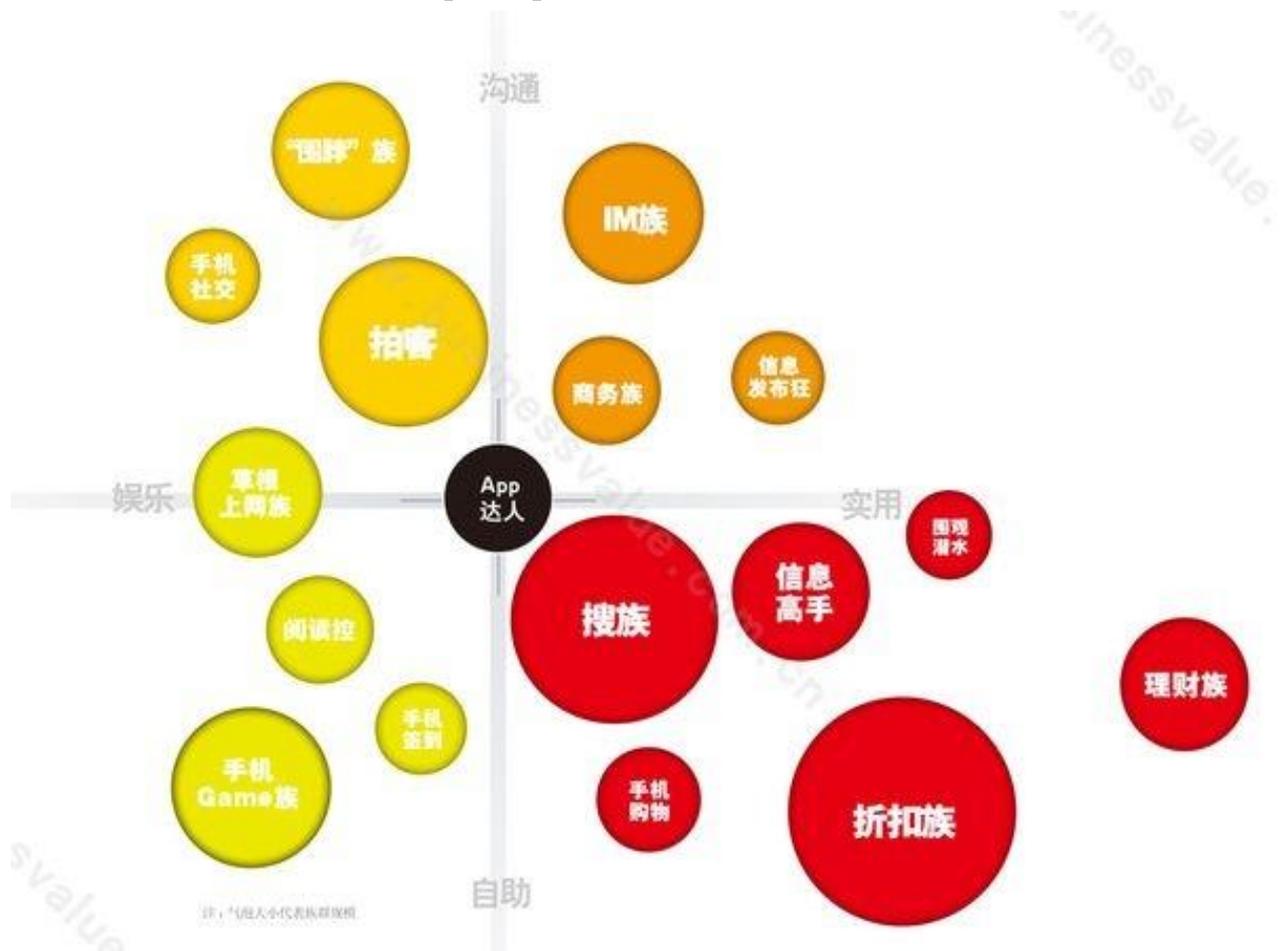


点击后实现电话直拨



直拨商家  
电话咨询

# 移动互联网营销关键词 (6) : 族群化和社区化



- 3000万常用注册用户的数以亿天的日常经期记录
- 每天活跃用户250万，用户人均每月记录达8.6条
- 对不同时期的保养调理提出合理意见
- 最私密 ‘大姨妈’ 讨论群 “



## 移动互联网营销关键词（7）：跨媒与跨屏



## 可口可乐：CHOK! CHOK! CHOK!

**背景：**作为快消品市场领导者的可口可乐，投放电视广告和各种促销抽奖都是非常重要的营销手段，而新兴的数字手段是否可以有效地与传统媒体广告及促销手段相结合，从而带来更大的效应呢？

**创意：**可口可乐开发了一个名为“CHOK奖”的智能手机APP，用户只需下载APP，在播放相关电视广告时打开，随着广告里的声音一起用力“CHOK”（即摇动手机），捕捉到广告中的瓶盖，即有机会赢得各种奖品。



# 移动互联网营销关键词 ( 8 ) : 本地化与O2O



## 广告位置



电视  
83%



商店/商家  
85%



杂志  
78%



海报/广告牌  
75%



61%

的用户至少每周查找一次本地信息



63%

的用户与商家联系



61%

的用户造访商家



39%

的用户将信息告知他人



46%

的用户进行购买

移动互  
联与本  
地生活  
服务相  
融合



朝阳大悦城其近20万的微信会员和12万实体会员将同时拥有实体会员卡和微信会员卡。

麦当劳遇上世界杯  
玩转

020



# Interactive Innovation

看球地图，麦当劳一网打尽

PC

MOBILE

线上订餐+邀约

实体店看球

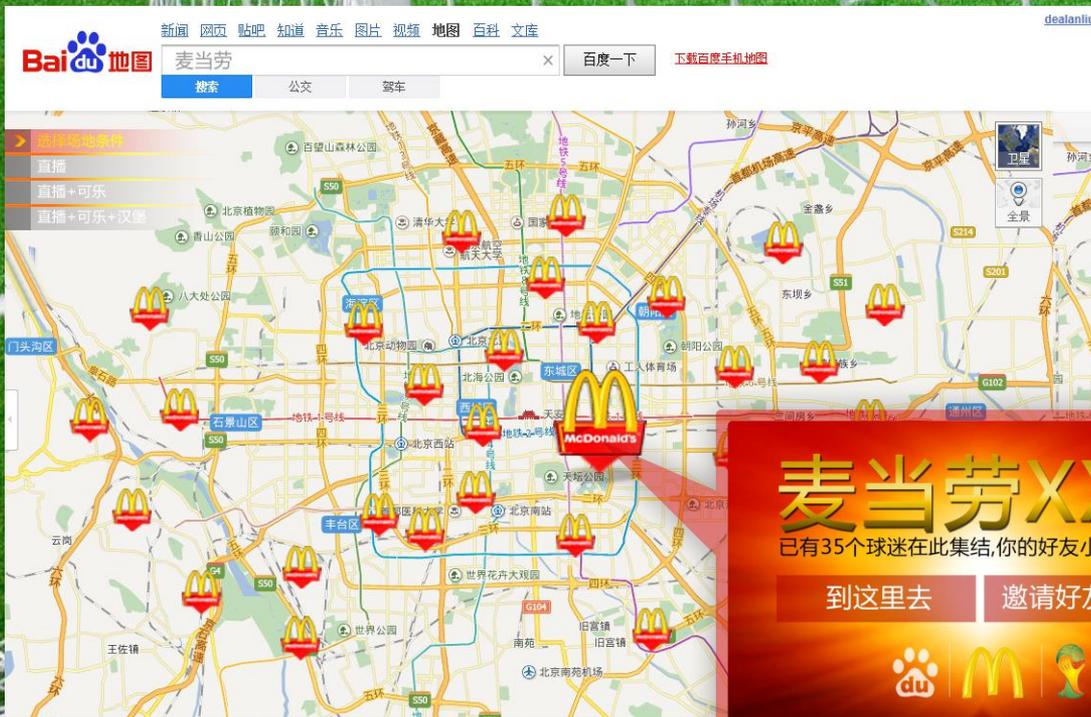
020

020 店内抽奖互动



showcase

# 看球地图，麦当劳一网打尽



## 麦当劳XX店

已有35个球迷在此集结,你的好友小明也在这里!

到这里去

邀请好友赢大奖



# 发起聚会，呼朋引伴一起嗨





- 个人微博：@肖明超
- 个人微信：xiaomingchao
- 公众微信：肖明超-趋势观察
- clarkxiao@126.com
- 13511071295

‘圣人以见微而知萌，见端而知末’——《韩非子·说林上》

基于趋势的策略整合与传播服务

趋势洞察 · 跨界整合 · 公关传播 · 数字营销