

京东健康医院场景化营销

- **品牌名称:** 京东健康
- **所属行业:** 大健康
- **执行时间:** 2023.12
- **参选类别:** 场景营销类

- **营销背景**

2023年年底，在这个寒冷的冬季，儿童冬季感冒病毒爆发，各地感染人数增多，导致医疗资源被挤兑，京东健康积极应对国内疫情，为方便民众病情咨询，特地开设了针对感冒的线上专诊。京东健康的线上专诊服务为公众提供了便捷和及时的医疗服务，急需通过垂直渠道渗透大健康人群，扩大服务曝光，建立用户线上问诊心智。

- **营销目标**

锁定全国三甲医院作为投放媒介，辐射感染感冒病毒及关注健康或有健康焦虑意识人群，以快速推广京东健康网上问诊服务，扩大品牌声量，提升品牌力；并结合线下地推拉新手段，展开一系列近地营销的品牌推广事件。

以医院端近地营销为切入点，展开大规模的场景推广，通过核心场景的影响力向外围人群扩散。强化医院硬广的曝光率，以抢占公众心智。通过一对一的推广方式，深度种草京东健康在线门诊服务。同时，整合资源优势，实现品牌推广与品牌价值的最大化。

一、利用纸巾机，渗透医院场景

利用医院场景摆放的纸巾机，当受众在医院行走、停留或使用纸巾机的时候，会注意到纸巾机的屏幕，并被其上的京东健康的宣传所吸引。通过机器上的广告展示和引导，受众可以了解到京东健康在线问诊的特点和优势。这种宣传方式不仅针对目标用户，还能有效地提高品牌曝光度和知名度。

二、搭建私域流量池，地推一对一推广引流

除了医院场景中的纸巾机终端的广告展示外，我们通过地推一对一的方式，进一步推动受众使用京东健康的在线问诊服务。除了让受众关注京东健康公众号，在地推的介绍中，受众可以了解更多关于京东健康在线问诊的信息，同时还可以在地推协助下进行操作。通过这种方式，我们可以有效地收集用户信息，建立用户画像，为后续精准营销提供数据支持。最后，地推在向用户介绍京东健康在线问诊服务的时候，向用户赠送了京东定制的儿童退烧帖，受到了用户的绝口称赞，这个让用户暖心的行为也为京东健康品牌在用户心中的好感度大大提升。

- 医院一对一地推工作





依靠有趣互动科技全国1000多家医院的15000多台纸巾机终端资源，把京东健康广告内容在近百家医院通过纸巾机的广告曝光覆盖及地推人员的线下推广，共带来**6300万整体曝光**，为京东健康线下**拉新20+万人**，为京东健康打造品牌曝光-好感提升-用户转化完整的销售流程。