

# 锁定亲子关键时刻，守护健康开学季

- **品牌名称：**美林
- **所属行业：**医药
- **执行时间：**2023.09.01-09.30
- **参选类别：**场景营销类

### 【需求背景】

- 美林作为专注儿童退烧24年的医药品牌，在儿童退烧领域有着较高的用户认知度。
- 本次推广是聚焦9月开学季，适逢夏秋交替的孩子感冒多发季节，以及开学后由于接触源增加更易感的双重节点。
- 美林希望通过亲子场景的渗透，触达父母群体，传递“守护开学宝宝健康”的主题，同时建立“家中常备美林，从容应对孩子发烧”的用户认知。

### 【TA洞察】

- 美林开学季目标受众聚焦6岁以下儿童家长。作为互联网原住民的80s-95s父母，更多会通过线上媒体进行更多元化的亲子陪伴。
- 音频由于场景不受限可随时陪伴、对孩子视力发展更友好等媒介特点，天然契合低龄儿童父母的陪伴和养育需求。
- TA在喜马拉雅的日常活跃收听时段更多表现在晨起&通学场景（早间7-9点）、午餐&午觉哄睡场景（午间12-13点）、居家亲子陪伴&哄睡场景（晚间20-22点）。收听兴趣偏好的分类集中在儿童故事、儿童音乐、动画剧场、科普启蒙类内容。

- **【传播目标】**
- 在换季+开学的儿童易感节点下，利用喜马拉雅亲子场景高频陪伴的音频媒介优势，借助站内人气儿童IP《好奇心出发》，聚焦亲子共听时刻，触达关键亲子场景及父母群体的高频使用场景。
- 以优质儿童内容渗透亲子陪伴场景，触达产品购买者（父母群体），强化美林守护孩子健康开学季的用户心智。

- 【核心策略】基于频活跃的亲子陪伴场景，触达目标人群的关键时刻，影响父母群体心智认知：
- 基于收听兴趣：选择TA兴趣度高、适配低龄儿童收听需求、同时与“开学”节点有学习行为关联性的科普启蒙类独家IP《好奇心出发》系列，基于IP打造【美林好奇心小剧场】及【开学季好奇心互动任务听单】，实现全面的品牌渗透强化认知，通过站内运营推广，在亲子陪伴收听时刻输出“健康开学季，美林守护你”的开学季传播主题，建立“开学后常备美林守护孩子健康”的用户心智认知。
- 基于收听行为：内容之外，通过APP及车载双端的流量广告，触达日常收听、行车路上等高频收听场景，面向家长群体，直观传递产品功效，在心智建立基础上，引导行动转化。

### 【基于收听兴趣】

借助IP优势触达TA

剧场包装

全陪伴强渗透

1

借助互动强化品牌认知

配套听单

品牌聚焦

2

借助站内运营获取TA

站内运营

直击目标人群

3

### 【基于收听行为】

借助TA收听场景传递产品价值

流量触达

双端场景捕捉

4

### 【基于收听兴趣】

剧场包装：  
开学季【美林好奇心小剧场】



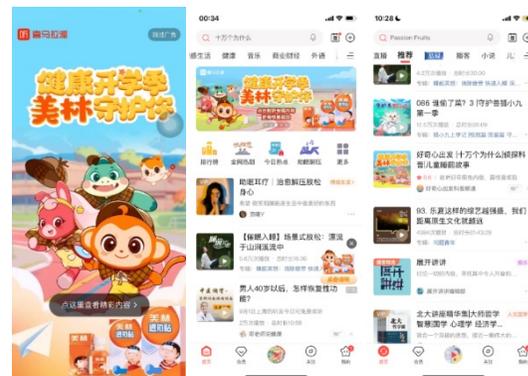
\* 口播音频

互动听单：  
基于合作内容打造互动听单h5



结合IP及品牌元素定制，强化美林与开学季主题的关联性，以建立用户的关联记忆；并通过设置收听打卡任务提升参与感及粘性，触发更多品牌口播曝光；借助好奇心IP周边奖品吸引TA完成任务参与抽奖。听单同时在剧场内容之外强化收听互动及站外传播力。

站内运营：  
基于家长群体运营吸引更多TA



针对家长群体的站内运营推广，由开机、首页、信息流等运营位进行精细化推送，引导亲子用户在陪伴场景下的收听选择。

### 【基于收听行为】

基于亲子用户活跃场景时段  
面向家长群体投放



1、聚焦亲子日常陪伴：投放APP端亲子标签用户，覆盖用户收听路径中2个关键时刻：开机启动（全屏开机）、收听前（声音流+通栏）（附视频）。  
2、聚焦亲子用户出行时段：选择高峰时段投放用户车机端声音流广告（附视频）及APP端有车家庭用户标签。

合作周期内选择4张专辑共50期节目开放限时免费（原专辑为会员内容），扩大亲子用户触达范围。

由好奇心系列主角之一奇奇的声优录制品牌口播（附音频），正片收听前提示“美林在手换季不愁，家有宝宝常备美林”，以角色声音拉近亲近感同时强化换季常备美林的传播主题。

附1【定制听单】合作形式

聚合美林合作期数节目，设置每日任务提升用户参与度。

## 结合IP形象 定制主KV



## 【趣味小课堂】板块 品牌冠名期数内容聚合



## 好奇心人物介绍



## 抽奖&人物板块 每日完成打卡&收听任务参与抽奖



## 附2【运营资源】合作形式

### 全站运营位

全站资源位联动，覆盖更多用户路径。



- 附3【硬广投放】合作形式 \* 点击播放录屏

## APP端—日常场景

### 【全天候声音伴随】

启动页与播放页联动，覆盖用户的收听路径的关键时刻。

开机大图-视频-全屏5秒



声音流追投通栏贴片



## 车载端—出行场景

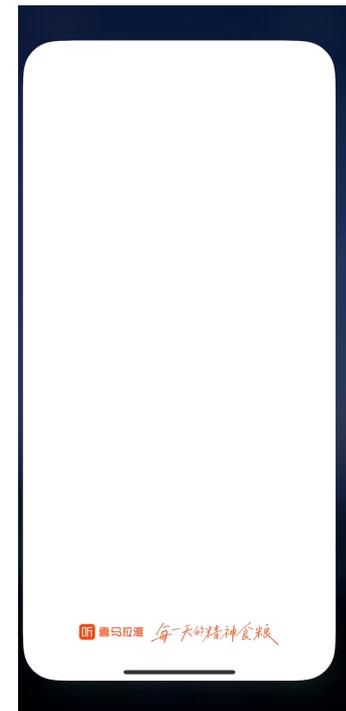
### 【通勤、外出路上】

联动车机端资源，精准覆盖有车家庭的路上时光。

车载端-纯音频15S



APP端车主用户  
开机大图-视频-全屏5秒



- 执行期间合作节目累计新增播放量2740w+;
- 品牌听单页总PV近66w+, 累计3.2w人次参与抽奖;
- 硬广资源曝光8300w+, 总点击164w+, 项目整体曝光2.49亿;

