

2020世界艾滋病日, 遏制艾滋病性病,你我同参与!

◆ 品牌名称:万孚健康、京东健康

◆ **所属行业**:医疗器械

♦ 执行时间: 2020.11.30-12.03

◆ 参选类别:公益营销类



结案视频

请复制以下链接,粘贴到新浏览器页面里观看视频 https://v.qq.com/x/page/v3275gtgezu.html

或扫码看视频





世界艾滋病日,用数智化,精准链接国家防治行动计划与用户需求:





《中国遏制与防治艾滋病"十三五"行动计划》:

"动员社会各界参与、开展艾滋病防治工作和宣传。" "探索通过药店、网络销售检测试剂等方式开展艾滋病自我检测。"

的挑战,2020年世界艾滋病日









邀请以中国流行病学首席专家吴尊友为代表的的4位专家天团,

"梅毒"等性艾疾病搜索关键词,向互联网自检需求用户精准传递科普知识。 基于京东APP"艾滋病"

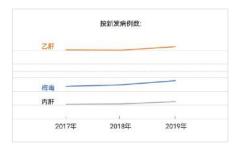
通过公益营销,万孚健康携手京东健康精准连接了国家防治行动计划与用户对科普的刚需,万孚品牌收获增长:

99%+的搜索关注、2.19倍业绩增长。



病毒性肝炎和梅毒新发呈上升趋势,性病与艾滋病间的危害,认知度不够:

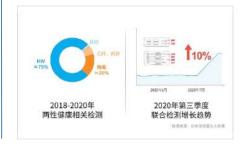




艾滋病、病毒性肝炎(主要是乙肝、丙肝)和梅毒主要传播途径都是经性,2017-2019年:
• 全国法定乙类传染病中:病毒性肝炎和梅毒、新发数居前三,且呈上升趋势。



网购艾滋病快速检测试剂用于自我检测,已成扩大检测的有效补充。 2020年,每小时约售200盒, 2周销量超2013全年。



2020年, 京东万孚艾滋病+梅毒、艾滋病+梅毒+乙肝+丙肝的联合检测, 增长≈10%。

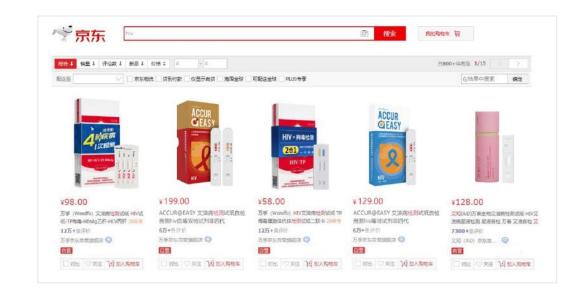


应时势,满足多方对性传播疾病科普的刚需,实现品牌声誉和销售倍增:



• 在世界艾滋病日,响应国策积极实践企业社会责任

普及互联网场景下的HIV,特别是"性病与艾滋病"关联科普。 扩大品牌的知名度和美誉度。



• 世界艾滋病日也是电商HIV检测的全年销售高峰,通过公益科普营销, 获得更多用户对品牌和联合检测的关注与搜索,并获取电商资源, 提高品牌曝光、店铺访客和客单价。



遏制艾滋病性病,你我同参与

艾滋病性病,传播途径都主要经性(>90%), 与我们每个人、每个家庭的性安全和性健康都息息相关。

性病患者,会更容易感染艾滋病。

感染后,病程容易恶化、易复发,治疗难度加大。而且也更容易通过啪啪啪传播艾滋病。

传播艾滋病性病属于违法行为,艾滋病性病的防治措施:

- 洁身自好,安全性行为。
- 早筛查、早发现、早治疗。





借助数智化,精准链接国家防治行动计划与用户检测需求,实现政企双赢:



在12月1日世界艾滋病日,

Wondfo 万季 携手





邀请以中国流行病学首席专家吴尊 友为代表的的4位专家天团,

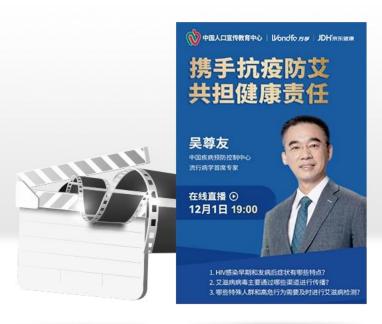


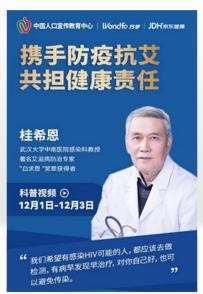
生产权威和趣味图文视频科普内容。





跟随2020年世界艾滋病日国家主题,携手抗疫防艾,共担健康责任:









联合中国疾病预防控制中心性病控制中心(国家性病防治机构),中国人口宣传教育中心(国家卫计委直属的公益性事业单位),

- 邀请吴尊友、桂希恩、宋本莉等top专家组成性艾防治科普天团,直播和视频(50分钟精华)。
- 发布"性病艾滋病防治核心信息" (11页)和科普动画(3分钟)。



遏制性病艾滋病,除了加强宣教,还需要早筛查、早发现、早治疗:



11.30:

万孚健康联合京东健康 发布《HIV检测大数据》 道转载,关注性病与艾滋病 早筛查早发现早治疗。



12.1

和趣味科普动画(3分钟



12.1-12.3:

获取销售资源

- 品类会场(核心位置)
- 秒杀等等

12.1:

京东健康、好药师、康爱 多自媒和店铺体协同发布 科普内部。









12.1-3:联合中国人口宣传教育中心

了病学首席专家吴尊友为代表的顶级专家天团, 从心理到生理,多维度开展直播和视频科普, 通过中国青年报、快手等8大媒体平台进行,引发近200万围观。

12.1-12.31: 12.1健康检测专区

疾病相关关键词用户,精 准曝光科普内容。







社会价值和商业价值的共同胜利:



2家

联合国家级公益和专业防治机构



4位

邀请性艾防治领域顶级专家



≈200W

科普内容PV



99%+

万孚品牌微指数增长



15倍

店铺访客最高增长(大盘约4倍)



2.19倍

万孚自营GMV同比19年同期增长

