

999：想让年轻人常备新三九胃泰

- ◆ 品牌名称：999
- ◆ 所属行业：医药保健
- ◆ 执行时间：2022.10-12
- ◆ 参选类别：效果类-品牌传播

项目背景

年轻消费者有**快速缓解症状+养胃**的双重需求
 三九胃泰过往的种草内容，无法触达两部分消费者



策略执行

通过三方分析 找到传播破圈突破口

养治一体的常备药

消费者不仅需要能够缓解胃部不适症状的产品
也需要能够长期帮助其养好健康胃的产品

用户侧

搜索【症状/痛点】
寻找治疗方案
搜索【养胃】知识方
法进行日常养护

竞品侧

竞品多从痛点出发
强调产品的功效性

竞品围绕“常备药”
输出卖点强化产品标签

产品侧

药食同源 药性温和
理气除胀 缓急止痛
养 治 一 体

策略执行

#养胃要趁早 常备养胃舒#

“治胃” —— 有效性

强调新三九胃泰能够有效
缓解肠胃症状**痛点**

输出卖点:

缓急止痛
理气除胀
健脾益气
药性温和 不伤胃
显著治疗慢性胃炎
改善胃环境 创造好胃态



“常备药”

通过品牌力背书及综艺合作
打造产品“常备药”标签

家庭常备/旅行常备/宿舍常备/慢性胃炎患者常备

“养胃” —— 安全性

输出新三九胃泰药食同
源 **养胃**更安全

输出卖点:

药食同源 养治一体
含多味滋补中药
中医古方/处方
中药不易造成耐药性
国家发明专利

Step1

从多年胃病经验+痛点场景切入
种草内容强调#养胃要趁早 常备养胃舒



Step2

从年轻人加班/饮食不规律场景切入
种草内容强调年轻人要提前养胃养生



项目执行

40%爆文均为2000+互动大爆文

18篇爆文中, 8000+互动1篇, 4000+互动1篇, 3000+互动3篇, 2000+互动2篇, 1500+互动5篇



8000+互动

4000+互动

3000+互动

2000+互动

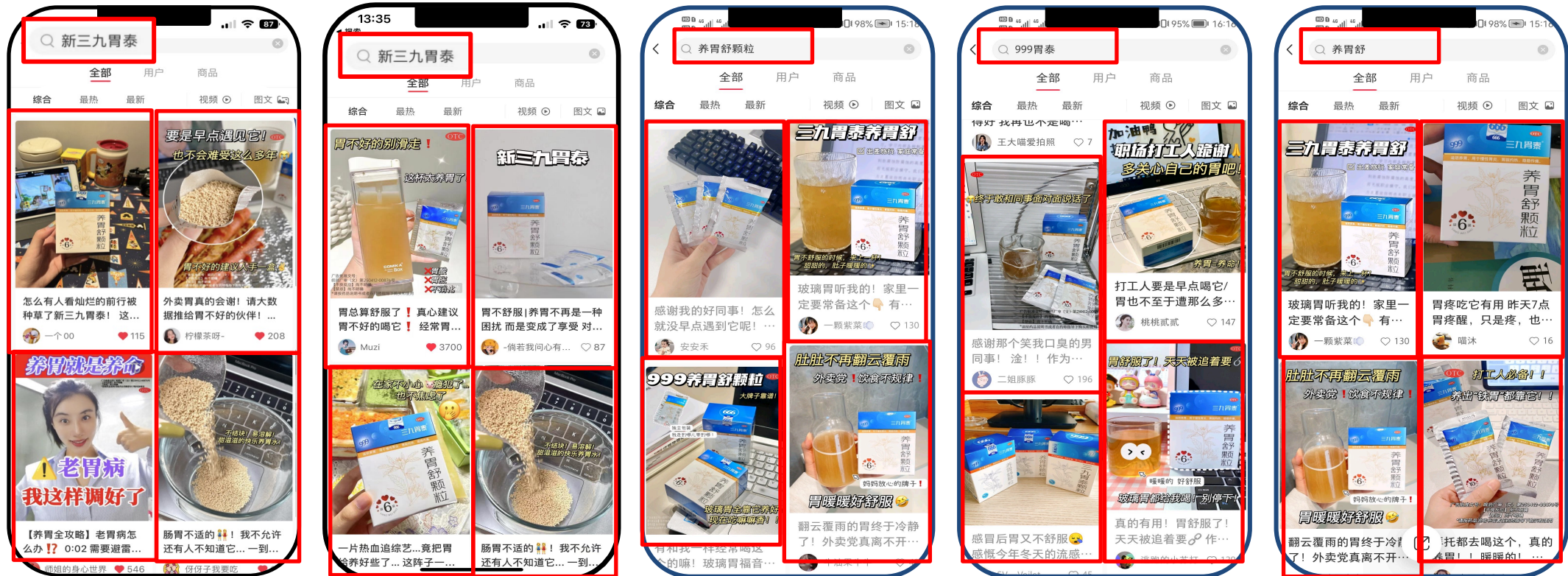
1500+互动

项目执行

品牌词「新三九胃泰」「养胃舒颗粒」「999胃泰」「养胃舒」等

核心品类词「胃药」「养胃药」、症状词「胃胀」「胃疼」、通用词「养胃」「养胃吃什么」

均实现首屏霸屏占位 种草精准搜索人群



营销效果

全阶段品牌词 站内搜索增量12723 品牌产品心智提升迅猛

8-11月【新三九胃泰】相关品牌词搜索量总量为56475

品牌核心产品词搜索量增长迅猛，如【养胃舒颗粒】总增量1015，翻了2倍；【养胃舒】总增量542翻了3倍

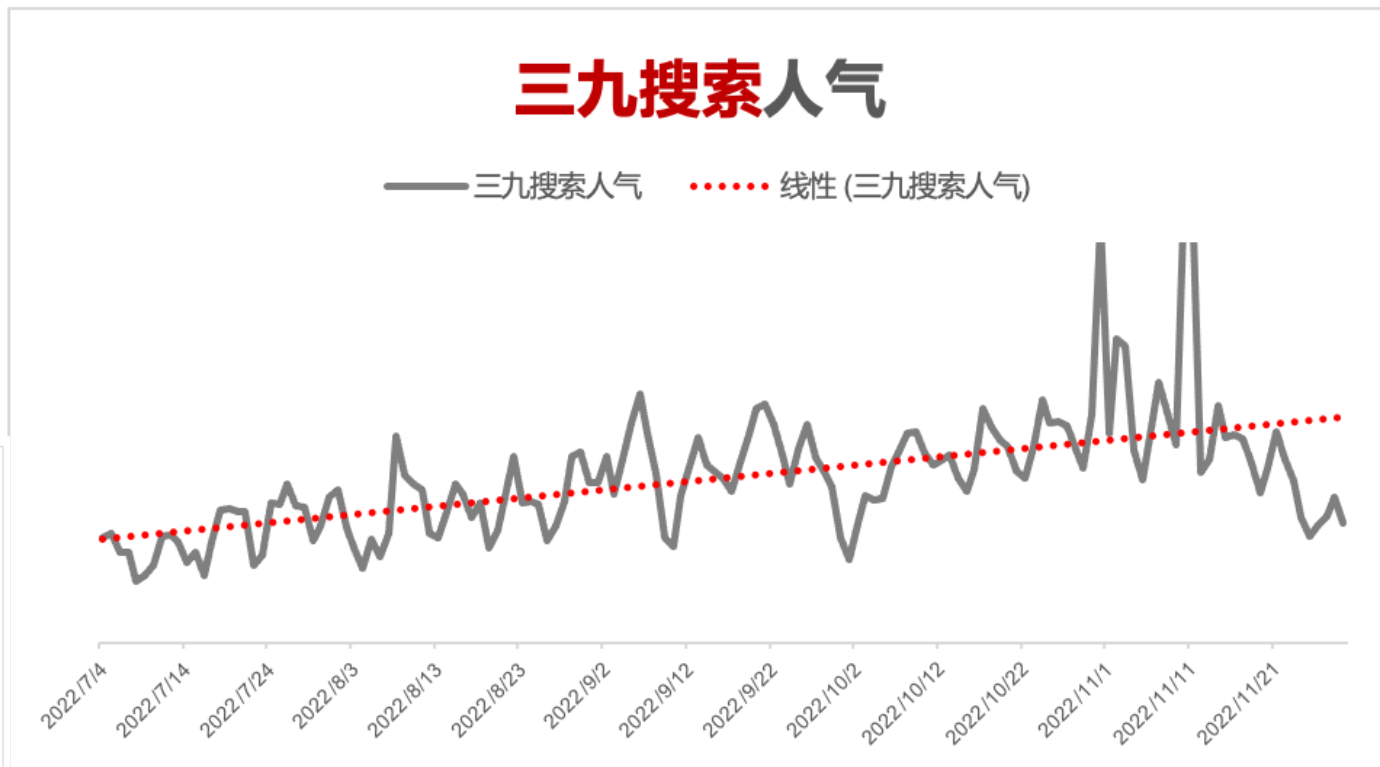
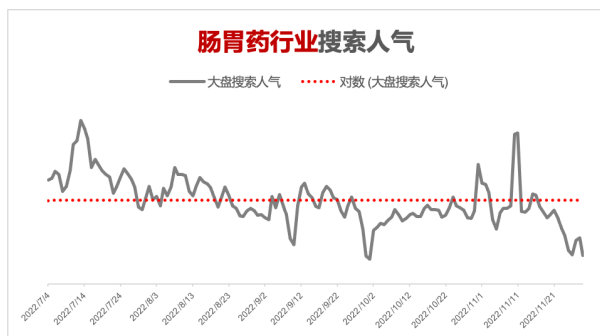


关键词	8月17号	9月5号	10月8号	11月4号	12月5号	总增量	总增长率
三九胃泰	7354	7857	8680	9533	10504	7158	97%
三九胃泰饭前吃还是饭后吃	577	533	728	469	1036	610	106%
三九胃泰功效	544	529	425	295	564	20	4%
三九胃泰颗粒	368	398	415	494	462	297	81%
999胃泰颗粒	501	486	463	294	618	117	23%
养胃舒颗粒	479	500	637	881	913	1015	212%
999胃泰	381	430	596	753	710	965	253%
39胃泰	275	314	318	312	370	214	78%
胃泰	180	150	230	327	239	256	142%
新三九胃泰	176	250	887	269	349	1051	597%
养胃舒	165	224	283	416	279	542	328%
胃泰颗粒	152	144	230	129	326	252	166%
三九胃泰养胃舒颗粒	0	0	110	0	0	110	/
三九养胃舒颗粒	0	0	0	0	116	116	/
合计	11152	11815	14002	14172	16486	12723	114%
月增长率	初始值	6.95%	26.96%	32.34%	47.83%		

营销效果

手淘搜索逆势上升
访客提升306%
支付人数提升328%

对比**肠胃药行业**电商搜索人气呈现**下滑趋势**，
 新三九胃泰手淘精准词**稳定上升**



项目亮点

不仅收割小红书高流量心智
同时实现淘内访客/支付三倍增长

淘内访客
306%

淘内支付
328%

阅读量
231万+

互动量
16万+