达克宁，足部健康·更“近”一步

- **品牌名称：**达克宁
- **所属行业：**医药
- **执行时间：**2023.05.17-06.03
- **参选类别：**场景营销类

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://www.xinpianchang.com/a12687726

科技跨界赋能医药创新营销，化服务为营销，潜移默化与TA前置沟通

【营销诉求】

随着社会生活节奏加快，人们“足部”健康问题也越来越多。达克宁成为足部疾病治疗场景的知名品牌后，面临**如何持续引领抗真菌赛道，先竞品一步，从“治疗”场景走向“预防”场景， 前置化与TA建立沟通的挑战**；

【营销创意】

足部健康专家达克宁x智能科技领跑者小米
跨界联合研发智能黑科技IoT鞋盒，原生融入预防场景，科技赋能还原足部健康状态；

【营销效果】

化服务为营销，通过创新研发“智能黑科技鞋盒”，无痕融入TA 预防场景
提供预防服务的同时，先竞品一步与TA建立沟通，传递品牌价值和关怀，树立品牌创新营销新典范。

背景

脚步越快 问题越多

随着现代社会的生活节奏加快，人们的“脚部”健康问题也越来越多——

在我国，15%的人被脚气困扰，80%每年复发超过两次

背景

作为针对消费者进行足部疾病治疗的品牌

达克宁致力于为用户解决足部健康问题，多年来累计惠及了超过4亿受众。

洞察

通勤路上；运动场上；办公室内

……

在生活的不同场景角落里，脚部健康问题潜滋暗长

而许多人，对于脚部健康问题陷入“后知后觉”的困境当中，等到问题出现，再寻求治疗方法

品牌在病教过程中，同样面临着极为被动的传播困境

足部健康 是否能在问题发生之前 得以预防?

让足部健康的病教传播，从“如何正确存放鞋子”开始

鞋子存放是与用户脚部健康最为息息相关的生活场景

为用户提供一款具备足病预防功能的产品

成为破除用户与品牌被动沟通壁垒的他山之石

BIG IDEA

足部健康 更近一步
从治疗到预防

跨界打造智能鞋盒黑科技产品，深入足部健康前置场景

让用户离足部健康更近一步，创造OTC品牌与用户沟通的全新方式

策略

达克宁联合小米为用户打造全新的足部健康新体验，重塑品牌沟通方式

产品共研：跨界共研智能鞋盒激发用户体验

痛点解决：足病预防一盒即达

达克宁一键护理模式定制

传播裂变：黑科技鞋盒内容裂变扩散塑造关联认知

意识普及：足病预防意识强化

社区socail+小部件原生互动+用户精准触达

执行-产品共研

智能鞋盒IoT产品联名共研，贴合用户痛点创造优质体验，抢先一步预防足病

45℃定时烘干

智能控温 · 多种场景

臭氧灭菌除臭

全面守护 · 倍添活力

一键智能护理

专业配方 · 高效如新

执行-传播裂变

小米生态助力联名事件裂变传播，推动病教前置意识普及

小米社区
Social热议发酵

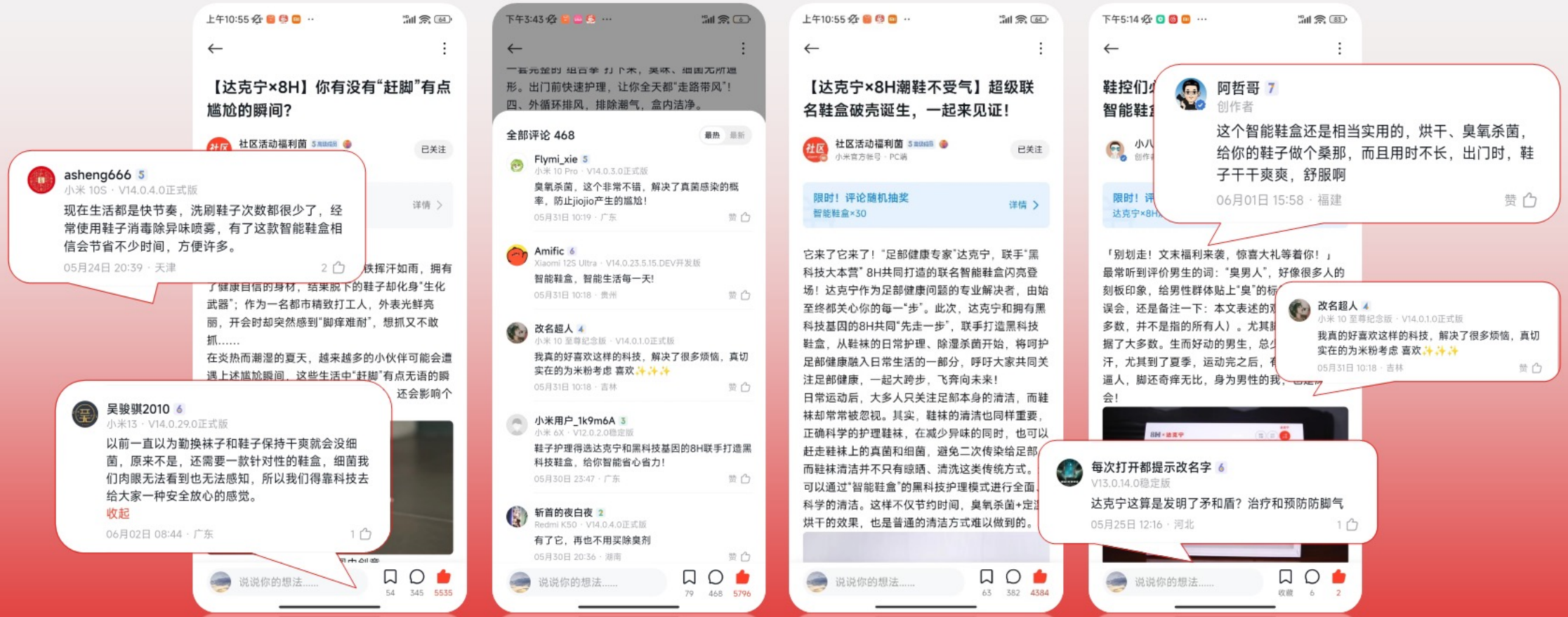
小部件“运动场景”
原生交互沟通

DMP助力
高潜病患人群精准触达

执行-传播裂变

智能鞋盒黑科技带动足病预防话题刷屏小米社区

KOL深度评测+素人用户发帖讨论助推传播裂变，形成病教传播

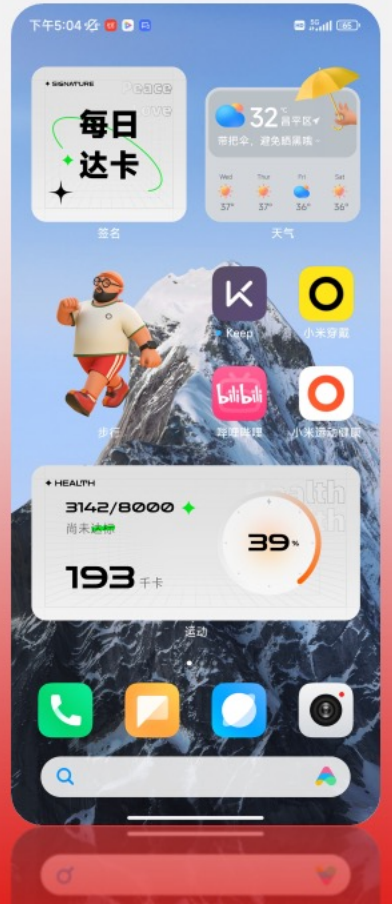


执行-传播裂变

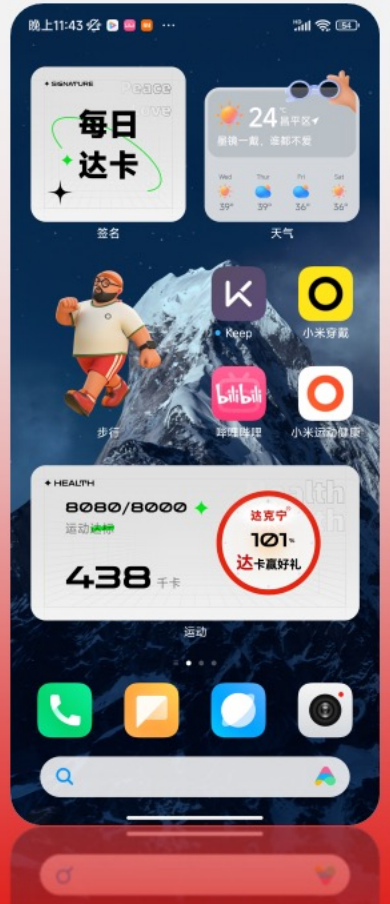
小米手机运动小部件深入触达用户原生 “运动场景” 互动沟通

累计步数打卡赢鞋盒，加强足病前置预防意识

每日行走步数累积



步数达标打卡提醒



打卡抽鞋盒赢好礼

运 动 场 景

步 数 打 卡

鞋 盒 激 励

前 置 病 教

设置每日打卡步数，用户运动达标打卡可获抽机会，鼓励用户前置预防，畅快运动无后顾之忧。

执行-传播裂变

小米DMP精准抓取病患+潜在病患人群

定向触达强势唤发高潜人群对与足部健康预防的关注度

沿海地区 + 水泡

南方城市 脱皮

妊娠期女性

+ 上班族

小米DMP交叉触达目标人群量级

6千万+

病患+潜在病患人群定义：【病患人群】搜索相关症状及药品内容，【潜在病患人群】易患足部疾病标签群体。

效果&反馈

超预期实现品牌亿级声量曝光，成功引发百万用户产品话题讨论及活动参与
助力达克宁产品价值生动传递，建立品牌产品深度认知

品牌曝光

1.3亿+
项目总曝光

367W+
项目总点击

3.41%
整体CTR

横向对比整体医药行业合作平均CTR（1.5%-2%）

社区热议

120W+
帖子阅读量

① 针对“智能鞋盒”的产品热帖总阅读量达到120W+，超过同周期内小米生态产品帖子阅读量。

12089
帖子互动量

① 参与话题评论人数达800余人，横向对比其他医药类话题活动贴，参与评论人数活跃度高达8倍
② 参与产品众测报名高达6200余人，横向对比其他医药类产品众测，参与活动报名人数高达5-8倍

活动参与

95W+
小部件打卡活动参与

131W+
参与鞋盒抽奖活动互动

57.38%
H5活动互动参与率

H5活动互动参与率数据解析：
① 横向对比整体医药行业活动互动率（15%-20%），基于强生达克宁跨界鞋盒抽奖为诱因引发的用户侧活动参与率数据超标达成且远超预期