

# 大美母婴百度整合营销案

**公司名称: 江苏大美健康科技股份有限公司**

**案例撰写人员: 丁红梅 赵海霞**

# 关于大美母婴

江苏大美健康科技股份有限公司，是中国高品质母婴生活方式的缔造者。大美是“中国母婴保健协会”的理事单位，也是“南京市母婴照料行业协会”的发起单位。

大美股份旗下的月子中心连锁店，可以为产妇及新生儿提供系统、科学、专业的健康照护服务。目前大美拥有位于紫金山南麓的大美母婴旗舰店，奥体板块的大美母婴青奥店以及玄武湖畔香格里拉店。



## 专业团队

三十年综合性大型三级甲等医院一线临床护理经验 大科护士长 主持妇科 产科 婴儿室 产房 妇产科门诊等孕产期护理

## 妈妈护理

产前心理咨询辅导 妈妈课堂 产妇康复调养 孕产亲子瑜伽课堂 月嫂输出 月子餐定制等服务

## 婴儿SPA

一个宝宝一桶水一张膜 同时配套水过滤消毒设备 为宝宝的健康提供保障

# 目录

1

大美母婴 营销问题和机会识别

2

大美母婴 百度商业产品整合营销方案

3

大美母婴 适用百度商业产品推荐

# 大美母婴 营销问题和机会识别——【 I 】 行业机会分析

## 宏观政策

- 1.十八届三中全会实施“单独二孩政策”；
- 2.十八届五中全会会议精神：全面实施一对夫妇可生二个孩子的政策；

国家人口政策调整后带来生育高峰。

## 观念改变

- 1.生活质量的提高，重视科学育儿；
- 2.女性观念的改变，女子地位的提高，女性更注重健康理念。

有意愿、有必要雇佣月嫂，照顾产妇和新生儿。

## 行业趋势

2005年-2020年生育高峰  
新生儿2800万-3000万  
数量庞大且稳定的市场

# 大美母婴营销问题和机会识别——【 II 】竞争对手分析

竞争对手	同行竞争度	优势分析	网络投放情况
*大美母婴国际健康管理	——	N对一全方位专护服务，五星级酒店服务标准	搜索推广+信息流+网盟+知识营销
新寰亚月子会所	低	五星级-金奥费尔蒙酒店，只有16个房间，稀缺营销	未做网络推广，口碑营销
龙凤喜喜月子会所	高	家庭化装修风格，服务温馨	直通车投放
有喜之家母婴健康中心	高	南京第一家月子中心，具备群众基础	搜索推广+糯米
康达国际母婴会所	高	南京医科大学投资，医疗背景，专业化服务	搜索推广
喜丁会所	中	蜜月式月子生活，坐落于丁山花园大酒店公寓楼	搜索推广
南京爱尔母婴会所	中	独特的别墅型月子会所，房型五星级酒店式	未做网络推广，口碑营销

经过大量调研、数据分析，与大美母婴业务一致、竞争度较高的同行为：龙凤喜喜、有喜之家和康达母婴。所以我们围绕这3家竞争对手，向客户推荐百度相关产品进行投放引流。

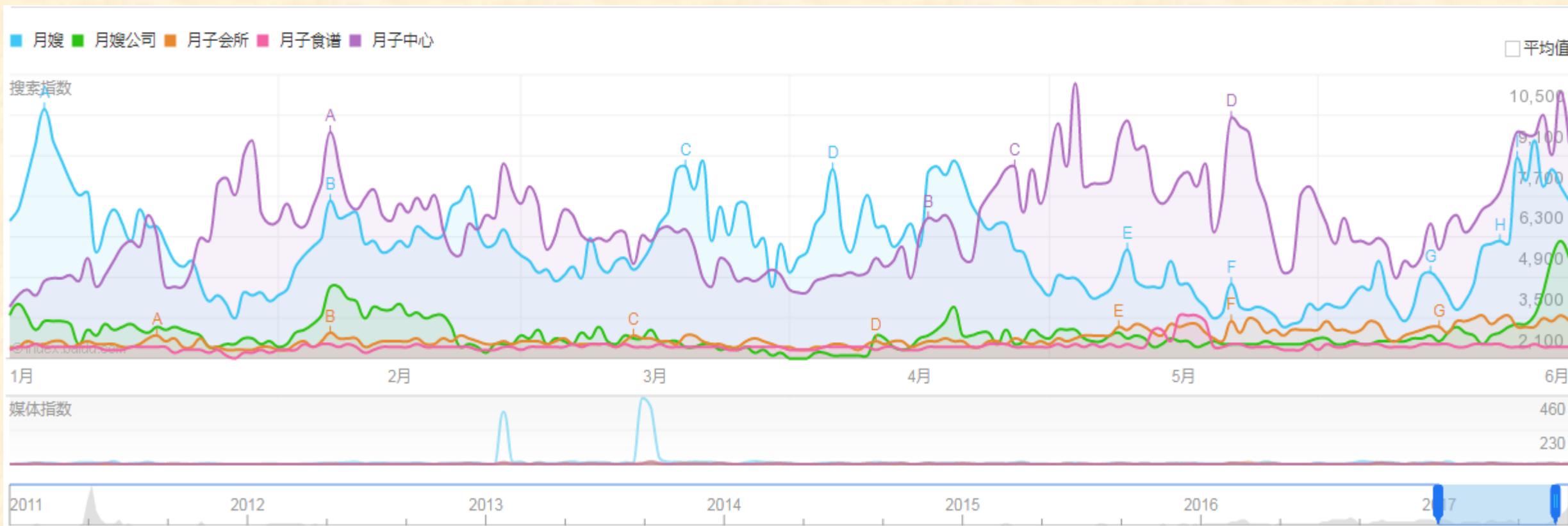
# 大美母婴 营销问题和机会识别——【Ⅲ】行业分析

## 1.1 行业、细分市场、业务/产品发展趋势分析：

流量类型：PC+移动

分析周期：半年

地域：全国



**数据发现：**月子服务行业在经过跌宕起伏的市场需求的下，在逐步提升中。月子中心、月嫂的细分品类需求在增长。

**整合营销策略建议：**受中国普遍教育风潮影响，潜在客户普遍愿意孩子出生在9月前。所以近期是潜在客户急剧提升期，关注月子中心、月嫂的人群会大幅提升。

# 大美母婴 营销问题和机会识别——【Ⅲ】行业分析

## 1.1 行业、细分市场、业务/产品发展趋势分析：

流量类型：PC+移动

分析周期：1个月

地域：全国

指数概况 ? 2017-06-20 至 2017-07-19 全国

近7天	近30天	整体搜索指数   移动搜索指数		整体同比   整体环比		移动同比   移动环比	
月嫂		10,710	10,402	144% ↑	292% ↑	202% ↑	389% ↑
月嫂公司		2,793	2,557	30% ↑	105% ↑	40% ↑	155% ↑
月子会所		2,100	1,719	12% ↑	17% ↑	21% ↑	20% ↑
月子食谱		1,151	919	-55% ↓	-1% ↓	-56% ↓	1% ↑
月子中心		8,226	7,608	186% ↑	50% ↑	235% ↑	57% ↑

**数据发现：**随着生活水平的提高，女性观念的改变，月嫂走进千万新生儿家庭。受二胎政策放开和年度教育招生限制，这二重宏观政策影响，6、7、8月月嫂、月嫂公司、月子会所全年最旺期，建议扩大百度投放力度。

**整合营销策略建议：**Pc+移动端拓展各产品线。

# 大美母婴 营销问题和机会识别——【Ⅲ】行业分析

## 1.2 行业、细分市场、业务/产品的地域分布特征分析：

流量类型：PC+移动

分析周期：1个月

地域：全国

月嫂

月嫂公司

月子会所

月子食谱

月子中心



搜索指数：高 [Color Scale] 低



© index.baidu.com

**数据发现：**月子服务行业及其细分市场TOP10的省份城市等，发现人群集中在一线城市、北京、广东、浙江、江苏。

**整合营销策略建议：**鉴于客户竞争力的分析，建议重点考虑这些需求集中且客户业务有覆盖的地区，线上营销的预算也应集中在这些地区。

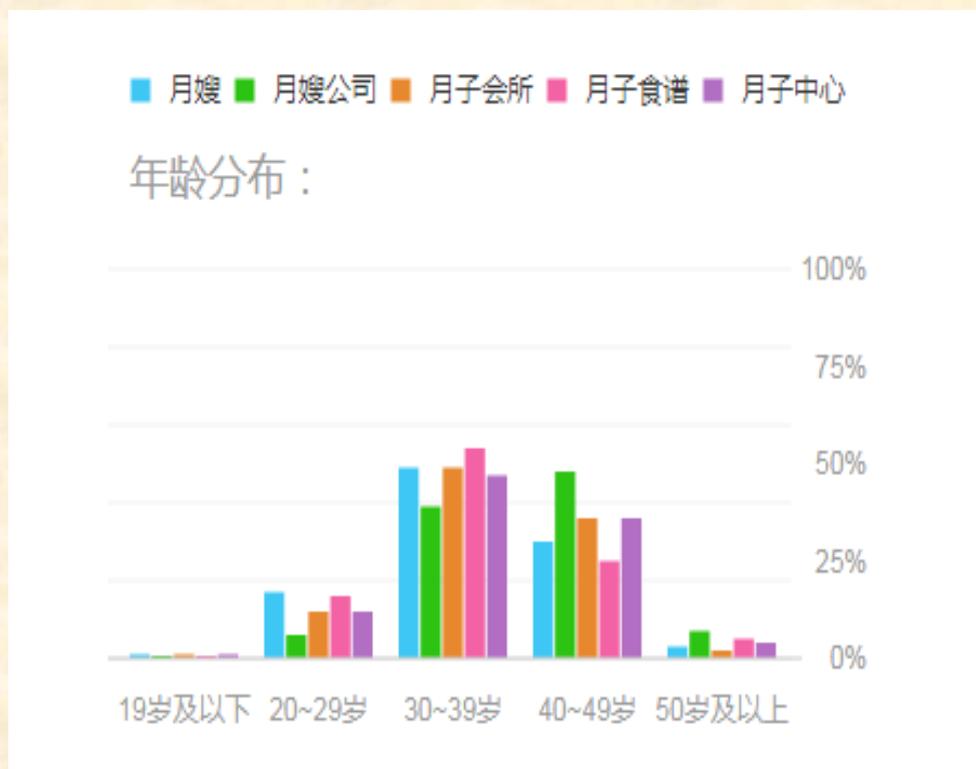
# 大美母婴 营销问题和机会识别——【IV】消费者洞察

## 3.1 月子会所行业人群自然属性特征：

流量类型：PC+移动

分析周期：1个月

地域：全国



**数据发现：**对月嫂 月嫂公司的需求人群主要集中在婚育阶段和经济能力较强的追生二胎的中年人（20~49岁），尤其是近两年二胎政策放开后30~39岁的有需求的人群大幅激增。而关注月嫂和月子会所的女性占比远高于男性。

**整合营销策略建议：**推广中要充分挖掘（30-49岁）的育龄人群的网络行为特征进行推广，包括触网时间端、上网设备、媒体偏好、兴趣爱好等特征



# 大美母婴 营销问题和机会识别——【IV】消费者洞察

## 3.2 月子会所消费者关键决策因素分析：

流量类型：PC+移动

分析周期：1周

地域：全国



**数据发现：**从“月嫂”关键词的上下游检索词分析，消费者通常需要多次检索才能充分获取相关的信息，并且都是围绕关键决策要素检索；从月嫂人群相关检索词中上升最快的词分析，消费者更需要“月嫂价位”、“月嫂价格表”、“住家”的月嫂来辅助决策。

**整合营销策略建议：**推广中进行人群精准定向时，要充分利用这些关键决策要素，并在创意表达上一定要充分展现产品图片，体现服务优势。

# 大美母婴 营销问题和机会识别——【IV】消费者洞察

## 3.2月嫂消费者关键决策因素分析：

流量类型：PC+移动

分析周期：1周

地域：全国



**数据发现：**月嫂人群在百度知道中的提问除了与关键决策要素相关外，另外还高度关注“如何选择月嫂”等。

**整合营销策略建议：**要充分利用知识类的营销平台利用“内容营销”进行口碑建设，并在创意制作中要针对“品类徘徊人群”突出强调客户品牌/产品服务的医疗团队北京和专业化优势。以便更好的争夺品类人群。

# 大美母婴 营销问题和机会识别——分析结果

收费较高，针对高端群体  
竞品数量增速较快  
竞争力度强  
同行都较关注网络投放

## 国内、南京母婴市场调研分析

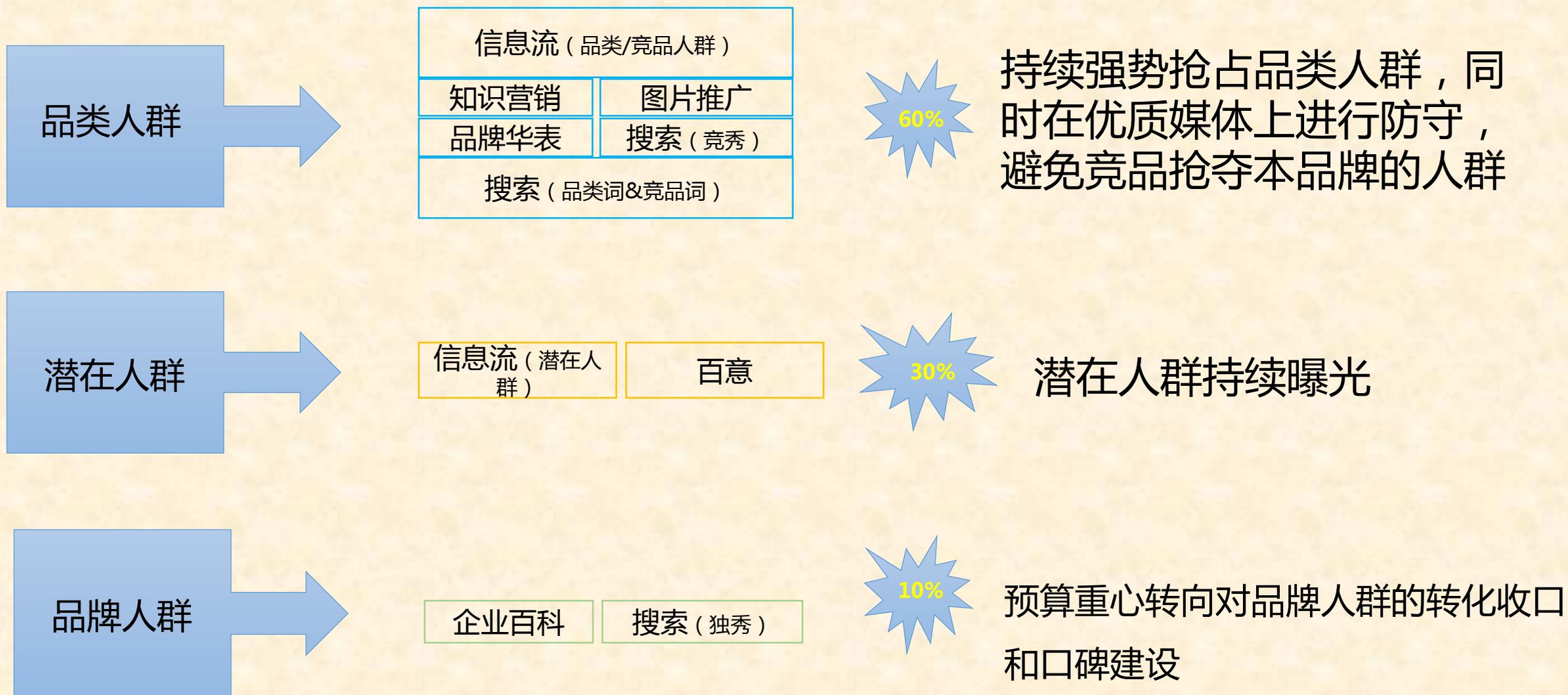
## 消费者洞察

最关注：服务项目  
比较关注：价格  
关注：衍生服务

行业需求旺盛  
意向客户集中在一线、二线城市  
移动端增长趋势明显

## 行业指数分析

# 大美母婴 百度商业产品常规营销方案框架



品类人群

信息流 ( 品类/竞品人群 )

知识营销

图片推广

品牌华表

搜索 ( 竞秀 )

搜索 ( 品类词&竞品词 )

60%

持续强势抢占品类人群，同时在优质媒体上进行防守，避免竞品抢夺本品牌的人群

潜在人群

信息流 ( 潜在人群 )

百意

30%

潜在人群持续曝光

品牌人群

企业百科

搜索 ( 独秀 )

10%

预算重心转向对品牌人群的转化收口和口碑建设

# 推荐：覆盖优质多媒体，多端跨屏场景触达 | 百度信息流



原生资源，根据用户属性进行轰炸式曝光，从而产生关注，建立品牌。

# 推荐：覆盖优质多媒体，多端跨屏场景触达 | 百度信息流

根据人群定向、兴趣定向、场景定向、APP定向去精准的主动把企业的信息、活动投放在潜在客户目前，精准锁定客流。



## 人群定向

**年龄**：年龄段  
**性别**：男/女  
**学历**：高中及以下；本科及以上；大专



## 兴趣定向

**兴趣标签**：28个一级分类，142个二级分类  
**关键词**：用户近期搜索兴趣关键词  
**贴吧主题**：一级类目30个，二级类目377个



## 场景定向

**操作系统/网络环境**  
**地域定向**：省市定向、商圈定向、场所定向  
**时间段**：按小时



## APP定向

**App类别(如妈妈网、宝宝树孕育等)/具体App定向**  
客户可定向投放给访问App主页/安装App/激活App的受众

# 推荐：利用行业TOP问题实现口碑传播 | 知识营销

- 知识营销是一款基于百度知识类流量的内容驱动、场景原生广告商业产品。客户通过解答用户的问题，为用户提供有价值的信息，积累用户信任，达到让更多潜在受众知晓其品牌，形成和加深对其品牌的偏好，加速影响用户决策进而形成转化的目的。

The screenshot shows a mobile app interface for 'Dabei Mother Infant' (大美母婴). At the top, there is a header with the brand logo and name, and a title '高端月子专护中心' (High-end Postpartum Care Center) with subtext '母婴护理 产后恢复、月子调养'. Below the header is a question preview area with a red question mark icon and the text '此处为预览，真实展示时以您系统提交的问题为准，请关注中间页物料是否展示正常'. To the right of the question is the user information '匿名 2017-03-10 浏览 108 次'. Below the question is a '企业回答' (Company Answer) section with a star icon and the text '此处为预览，真实展示时以您系统提交的问题为准，请关注中间页物料是否展示正常'. At the bottom, there is a footer with the brand logo and name '江苏大美健康科技股份有限公司' and a red button labeled '向TA咨询'.

## 精准受众

贯穿消费者购买决策全过程，  
及时满足用户需求，发挥正面影响力

## 原生样式

和知道平台的内容及风格完美贴合  
在问题详情页专门为客户打造品牌 mini 会客厅

## 卓越体验

帮助客户及时找到并官方回应目标受众，  
真正解决受众的需求，有效提升品牌/产品好感度

# 推荐：读图时代的百度图片营销 | 图片推广

由通用词包原生触发的； 图片频道置顶展现的；“内容化” 品牌展示类广告。



图片频道：  
日均8亿  
PV

突出大美母婴企业展现，加深用户品牌印象，强化品牌形象及与图片内容的关联记忆。

# 推荐：精准定向、首位展现、大面积铺陈 | 品牌华表

[南京月子中心做月子好吗？](#)



**南京喜之家月子会所**

月子膳食  
产后修复

TEL:025-51837888

点击  
咨询

喜之家月子会所是一家专为产后女性和婴儿提供产后护理、产后康复、育儿辅导的专业健康服务机构。中心的妇幼专家,专业护理人员,育婴师,营...

广告

 [登录百度账户](#) 交易更有保障



**品牌华表展示位置**

网页右侧首页**首屏首位**  
品牌信息大面积展现

**品牌华表触发关键词**  
通用词/节日词/明星词

例如：  
通用词：英语培训、口红等  
节日词：国庆节、圣诞节、春节等  
明星词：Angelababy、范冰冰等

品牌华表全面覆盖品牌未知人群，独占行业先机、提升品牌知名度。目前已有南京竞品客户-喜之家月子会所购买此产品，大美母婴品牌价值高于喜之家，可加入下期的品牌华表竞争行列。

# 推荐：帮客户提升品牌影响力，提供有力的品牌保护 | 竞秀



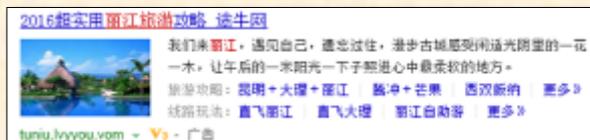
PC—三图强样式



## 提升广告投放效果

竞秀智能版子链跟图片样式上的叠加会提高原物料的质量度，从而提高首位展现概率，提高CTR和转化率

PC-普通样式



移动-普通样式



## 强样式首位展现

竞价首位成功的广告展现竞秀智能版样式，提高品牌认知度



移动-五图强样式



## 低投放成本

智能物料挖掘、智能匹配，物料提前过审，一键开启投放

# 推荐：直观展示业务优势与品牌价值，获取更多流量与转化 | 图片凤巢



图文结合，信息更丰富  
与链接，热点直达等信息动态组合，效果更显著

# 推荐：权威信息展示 | 企业百科

企业百科是由百度百科向企业提供的权威信息展示、词条质量保护和差异化词条内容的技术服务，是基于百科平台的社会化营销工具。



## PC展现



## 移动展现



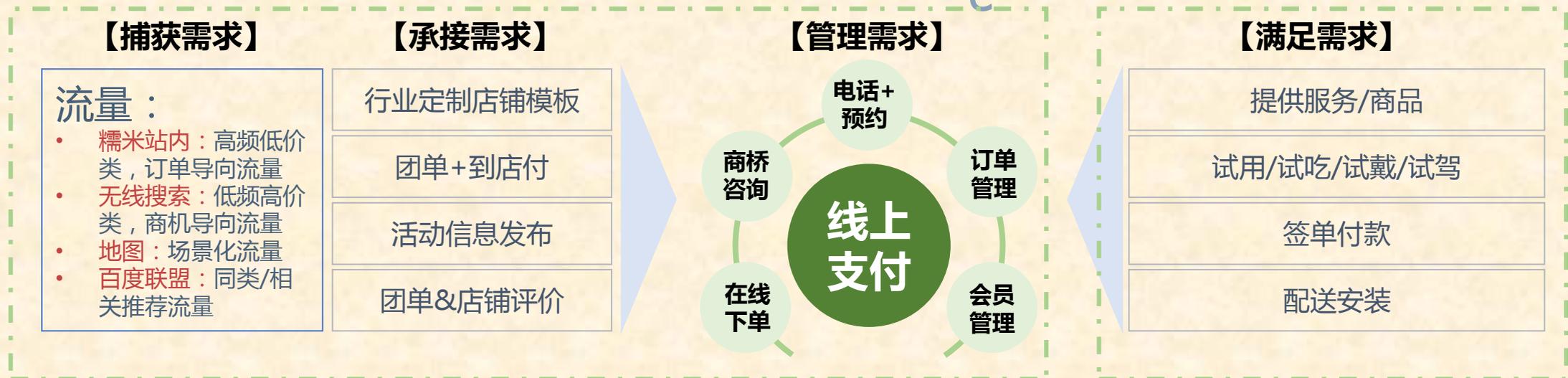
企业百科的词条在大搜中的权重会等同百科词条，非常有利SEO

\*根据数据统计：平均85.2%的词条会在搜索前三位展现；95.6%的词条会在搜索前五位展现

7\*24小时展现 自然结果，更原生

# 推荐：以全新的商业模式重构O2O生活服务生态 | 本地直通车

- **百度本地直通车**：通过百度移动搜索推广与手机百度、百度地图、百度糯米三大应用推荐展示的方式，将商家信息精准地推广给周边有相应需求的客户，促使目标客群在线购买或咨询预约、到店完成消费，最终达到帮助商家开拓本地生意的效果。



百度本地直通车

本地商家

**谢 谢 ！**