

خدا حافظی با قاتل خاموش نوزادان



می‌دهد، پر از نگرانی‌ها، شادی‌ها و ناشناخته‌هاست. تبلیغات نیوتن بی‌بی لحظات محب‌آمیز بین والدین و نوزادان را به تصویر می‌کشد و بر اهمیت احساس امنیت و اطمینان از محصولات انتخابی تاکید می‌کند.

داستانسرایی آنها علاوه بر معرفی محصول، به تجربه احساسی والدین هم می‌پردازد. این ارتباط عاطفی، بازاریابی آنها را موثرتر می‌کند، زیرا با دغدغه‌های والدین همخوانی دارد.

یکی از مادران در مورد تجربه‌اش با برند نیوتن بیبی می‌گوید: «هر بار که نوزادم را روی تشک می‌گذارم، خیالم راحت است. دیگر آن دلهره‌های شبانه را ندارم. وقتی لبخندش را بعد از یک خواب خوب می‌بینم، انگار تمام دنیا مال من است.» این لحظات احساسی و ناب تنها زمانی معنا پیدا می‌کند که والدین از محصولی که استفاده می‌کنند، مطمئن باشند. این تجربه‌های واقعی، بیش از هر تبلیغ یا شعار، به والدین احساس آرامش و امنیت می‌دهد. تجربه‌ای که هر روز و هر شب، هنگام کنار گذاشتن نگرانی‌های روزمره به آنها القا می‌شود، آن هم فقط با دیدن چهره راحت کودکشان روی تشکی ایمن و مطمئن.

اگر برندی از علم پشت محصولش برایتان بگوید، شاید دودل شوید اما اگر این محصول را یک پزشک تایید کند چطور؟ نیوتن بی‌بی خیلی زود به اهمیت این تأییدیه پزشکی پی برد. آنها همکاری با پزشکان اطفال، مشاوران خواب و اینفلوئنسرهای حوزه کودک را به بخش جدایی‌ناپذیر استراتژی بازاریابی خود تبدیل کردند. اما این همکاری‌ها صرفاً محدود به دریافت تأییدیه نیست. نیوتن بی‌بی با دقت افرادی را انتخاب می‌کند که ارزش‌های برند را به خوبی درک کنند.

بسیاری از اینفلوئنسرهایی که با این برند همکاری می‌کنند خود والد هستند و همین موضوع، توصیه‌های آنها را قابل اعتمادتر می‌کند. این استراتژی همکاری به نیوتن بی‌بی کمک کرده است تا در بازار پررقابتی که والدین اغلب به ادعاهای تبلیغاتی محصولات شک دارند، جایگاه خود را مستحکم کند و به عنوان یک برند قابل اعتماد شناخته شود. منبع: ایندینگر

خطر خفگی را به حداقل برساند. علاوه بر این، ویژگی‌های ضد حساسیت و قابلیت شست‌وشوی آسان، مزیت رقابتی قابل توجهی ایجاد کرده است. اما نیوتن بیبی فراتر از ارائه یک محصول با کیفیت، بر آموزش و آگاهی‌بخشی به والدین نیز تمرکز کرده است.

این برند با تولید محتوای آموزشی متنوعی از جمله مقالات، ویدئوها و پادکست‌ها، به والدین کمک می‌کند تا اهمیت ایمنی خواب نوزادان را درک کنند و دانش خود را در این زمینه افزایش دهند.

جنی لارچیو، یکی از مشتریان وفادار نیوتن بی‌بی، تجربه مثبتی را که با استفاده از تشک این برند داشته، به اشتراک گذاشته است. او بیان می‌کند که پس از آشنایی با تحقیقات علمی مبنی بر توانایی تشک نیوتن بی‌بی در جلوگیری از بازدم دی‌اکسید کربن و کاهش خطر خفگی، با اطمینان خاطر این محصول را برای فرزند خود انتخاب کرده است. داستان جنی تنها یک نمونه از هزاران والدینی است که به دلیل رویکرد آموزشی و شفافیت نیوتن بی‌بی، به این برند اعتماد کرده و به مشتریان وفاداری تبدیل شده‌اند. این اعتماد دوطرفه، نتیجه مستقیم تمرکز نیوتن بی‌بی بر ایمنی، کیفیت و آموزش است.

والد شدن زندگی را به طور چشمگیری تغییر

بیاورد در مورد برندی حرف بزنیم که بی سروصدا در حال زیر و رو کردن محصولات نوزاد است. شاید فکر کنید که تشک نوزاد موضوع هیجان‌انگیزی نیست ولی برند «نیوتن بی‌بی» تمام کسب‌وکار خود را بر ایده‌ای قدرتمند بنا کرده: اول ایمنی. تصور کنید تازه صاحب فرزند شده‌اید. کم‌خوابی دارید و غرق در انبوهی از توصیه‌ها، هشدارها و محصولاتی هستید که همه آنها ادعا می‌کنند بهترین هستند.

بعد درباره شرکتی می‌شنوید که نه تنها محصولات نوزاد می‌فروشد، بلکه به والدین در زمینه علم خواب نوزادان، ایمنی و سلامت آموزش می‌دهد. این ایده، برند نیوتن بی‌بی را به چیزی تبدیل کرده که باعث می‌شود والدین در موردش صحبت و محصولات را به بقیه توصیه کنند.

داستان موفقیت نیوتن بی‌بی با محصول اصلی آن، یعنی تشک نوزادی صد درصد قابل شست‌وشو و بازیافت‌پذیر، آغاز شد. ایمنی، ستون اصلی طراحی این محصول بوده و هست. با توجه به اینکه تشک‌های سنتی یکی از عوامل اصلی خفگی نوزادان محسوب می‌شوند، نیوتن بی‌بی با ارائه راهکاری نوآورانه به این چالش بزرگ پاسخ داد. تشک‌های این برند به گونه‌ای طراحی شده‌اند که به نوزاد اجازه می‌دهند آزادانه تنفس کند و