

百雀羚鸟语 OMO 沉浸式电商战役

广告主: 百雀羚

所属行业: 美妆快消

执行时间: 2018.05.01-06.23

参选类别: 社会化营销类

营销背景

在一年一度的京东 618 大促期间, 百雀羚在没有大 IP、大咖明星等先天社交流量有事对情况下突围冲击国货美妆 TOP1 。

营销目标

通过线上线下 OMO 沉浸式打造, 冲上京东 618 美妆品类 Top1。

策略与创意

解锁百雀羚品牌的真正含义——百雀鸟语, 天然治愈。从肌肤的天然上升到“城市身心”的天然!

OMO线上话题发起——朋友圈内容扩散引流——落地快闪店店铺增粉转化。

策略亮点: 创新主题——百雀鸟语, 天然治愈。

落地亮点: 打造一座城市鸟语治愈馆!

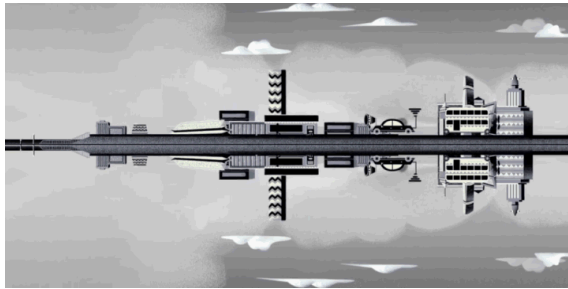
执行过程/媒体表现

独创沉浸式OMO内容电商快闪战役

话题海报首发——为无聊对城市日常，披上诗意的画风，形成一波自发的流量预热。



史上最治愈H5——你是隐藏在城市中哪种鸟，深至内心的交互。



扫码体验

魔都万人打卡火爆落地快闪——100只鸟，100种治愈天然能量



源于北纬30°的草本能量，千份天然好礼！



花样组合式电商引流 京东直播+小程序导流店铺+礼品互动

现场扫码直达京东百雀羚店面，手速秒杀大额优惠以及数千份好礼和现场抽奖，步步导向京东618。



媒体发布节奏分为三大波段：

第一波段 H5 上线，你是哪种鸟，埋下治愈的种子；

第二波段线下治愈馆开张，现场引流京东线上，打造城市鸟语治愈馆，治愈都市不开心，京站内当家网红现场直播，带起线上流量；

第三波段外围 KOL 大号配合扩散，事件话题二次传播收尾。

营销效果与市场反馈

- 1、达成品牌 618 销售冲榜，国货美妆 top1。
- 2、百雀羚在京东美妆销量排行榜位占前列，京东旗舰店增粉数千人，达成了高转化、高引流的预期效果。
- 3、京东红人现场直播，百万观看，引发站内强势围观。
- 4、H5 自发传播，成朋友圈刷屏爆款。
- 5、线下落地馆两天打卡上万人次，成为环球港同期最火爆的落地快闪。