

佰草集秋冬面膜#爱上李易峰的每一面#营销推广

广告主：佰草集

所属行业：护肤美妆

执行时间：2018.09.19-12.22

参选类别：社会化营销类

营销背景：

2018 年 Q4 李易峰成为佰草集全系列面膜品类代言人，品牌希望通过一线明星影响力，进一步增强品牌影响力，由点及面为品牌全线产品带来更多新用户。

李易峰的真实粉丝数量达千万级，且真实粉丝与佰草集的 TA 呈高度相关，李易峰的月均声量高达 560 万+，其粉丝的活跃程度远优于行业水准。

此次 campaign 充分运用李易峰粉丝经济产生裂变的传播方式，真正实现明星、品牌、粉丝三者连接，助力品牌实现最大化传播和转化。

营销目标：

借助明星影响力、粉丝经济驱动面膜品类第四季度销售，为双十一备战。

最大化的利用粉丝经济与粉丝效益，获得最大化的媒体曝光，在社交平台形成良好的口碑，宣传品牌价值理念，提升品牌知名度，促使品牌年轻化。

以多种创意形式，转化至电商平台，促进品牌面膜销售。

策略与创意：

1、核心策略

与其他品牌消耗式的代言人使用方式不同，我们希望先通过足够的“诚意”真实的打动李易峰粉丝，从而使粉丝自主自愿的参与到整个营销活动中。在预算及权益有限的情况下，能够在双 11 营销战役中脱颖而出。

充分调动李易峰 29 个微博地方后援会、20 个微信认证粉丝群、61 个 QQ 地方后援会群以及李易峰全球粉丝后援会微博等，近 630w 粉丝，在营销过程中成为最大的传播武器。

2、核心创意

step1.以“爱上李易峰的每一面”为传播主题，将 6 款主推面膜与李易峰的不同面结合，坚持、专

注、无畏、真实、纯粹、活力并定制明星卡片。



step2.在李易峰出道十年之际，征集粉丝们爱上峰峰不同面的真实故事，拍摄成视频由佰草集送给李易峰。



step3.在双十一预售前夕，定制“爱上李易峰的每一面”专属礼盒，作为峰峰 X 佰草集回馈粉丝的大礼，每个礼盒随机附赠一张卡片。



2) 线上参与 (线上开展各类活动, 激发蜜蜂参与互动, 并转化至电商平台促进面膜销售)

通过一系列线上与蜜蜂的互动, 追峰故事征集、品牌助力粉丝拍摄“告白”微电影并发布、粉丝天猫打卡助力李易峰点亮韩国首尔地标、李易峰撩粉视频发布(粉丝头条)、双十一李易峰限量面膜礼盒及六张卡片发布、晒双十一预售订单截图赢奖品、感恩节发博赢奖品等活动, 每波活动粉丝参与度都很高涨, 粉丝赢取奖品的同时更会赢取佰草集 20 周年品牌盛典暨李易峰见面会门票, 可与偶像近距离接触。于此同时, 粉丝接受品牌产品及品牌理念, 也同步转化为电商面膜的销售。

2) 线下互动 (圆梦粉丝与偶像近距离互动, 同时品牌产品及理念得到进一步的推广)

“爱上我的每一面”佰草集 20 周年品牌盛典暨李易峰见面会, 邀请了前期在线上互动的粉丝来到现场, 参与品牌盛典新品科技&面膜的发布, 并与偶像近距离互动, 圆梦粉丝与偶像互动的愿望。同时品牌产品及理念得到了进一步的推广。

执行过程/媒体表现:

核心 Idea: #爱上李易峰的每一面#

策略&创意: 佰草集秋冬面膜#爱上李易峰的每一面#campaign, 从 9.19-12.22 共经历六站活动传播以及最后的完美收官战。

1、首发站: 蜜蜂召集令--#爱上李易峰的每一面#追峰故事征集活动

官方双微召唤蜜蜂发博, 说出那些年你的追峰故事, 此消息一放炸出了一大批蜜蜂感人的甜心故事, 官方也转发了部分粉丝微博来互动(参与有机会获得佰草集 20 周年品牌盛典暨李易峰见面会门票)。以蜜蜂的真心话作为#爱上李易峰的每一面#活动的开端, 让粉丝感受到我们的活动不单单是在宣传品牌产品及理念, 更多的是走心的活动, 诚意走心才是关键, 也收集到了粉丝大量优质 UGC。



2、第二站：#爱上李易峰的每一面#粉丝微电影发布

我们为粉丝拍摄了一部“告白”李易峰的微电影，视频中的蜜蜂来自不同的职业不同的地方，都表达了对李易峰的喜爱。佰草集携手蜜蜂送上的粉丝告白微电影发布后，不单单在微博（517W+播放量）和各大视频平台收获高播放量，粉丝们也同步在粉丝内部群和V字认证的粉丝后援会微博不断的传播观看，视频送达总人数不断扩大。

（附上粉丝“告白”视频链接）

腾讯视频：<https://v.qq.com/x/page/g0755aa3o33.html>

3、第三站：50 万人次天猫打卡助力李易峰撩粉视频首发，点亮韩国首尔地标

为进一步加紧粉丝与品牌间的联系，我们策划天猫打卡解锁李易峰福利的活动。粉丝可每天到佰草集天猫旗舰店登录打卡，每一时间段集齐一定人数就可以解锁一个有关李易峰的周边福利，这次打卡机制发布，粉丝后援会微博、粉丝全国内部各群、粉丝贴吧等都纷纷每天大量转发，其中解锁的李易峰撩粉视频发布后，短时间微博视频达到 610W+播放量。



该阶段打卡总计 50 万人次，助力李易峰点亮韩国首尔地标，粉丝纷纷呼吁这样靠自己每天打卡解锁偶像福利周边很有成就感。这一打卡活动，官方双微阅读量高达 6884W+，互动量达到 18W+。

（附上李易峰撩粉视频链接）

腾讯视频：<https://v.qq.com/x/page/r0788vsdner.html>

4、第四站：①#爱上李易峰的每一面#双十一限量面膜礼盒，六张李易峰卡片首发

②#爱上李易峰的每一面#双十一晒预售订单截图活动

双十一佰草集推出#爱上李易峰的每一面#限量面膜礼盒，双十一当天凌晨一发布即刻售空，粉丝收到礼盒不但可以感受到佰草集面膜的带来的“好肤质”，更可以收集到每个礼盒中李易峰的卡片，不同面的李易峰卡片可以兑换不同的福利，更可以兑换品牌盛典门票。充分利用粉丝经济，让粉丝感受到一个订单不仅可以收到面膜，还可以有机会去偶像近距离接触，粉丝群内也是相互转告消息，不但限量礼盒双十一当天销售一空，其他款面膜也是销量原超于其他李易峰代言品牌面膜销量。

佰草集herborist V 认证 2018-10-26 21:57 来自 微博 weibo.com

久等了！实力宠粉的@李易峰 为蜜蜂们准备的惊喜大礼，已经高能上线，等你来pick！wuli男神峰峰被蜜蜂们联名拍摄的《爱上李易峰的每一面》微电影击中小心脏，为了回应这份爱意，特此联手@佰草集herborist，为蜜蜂们臻献#爱上李易峰的每一面#面膜礼盒，期待和蜜蜂们可以一起守颜，一起发现更多面的自己~礼盒中不仅有峰峰挚爱的同款面膜，还会随机礼赠一张#爱上李易峰的每一面#珍藏版卡片！如果你有幸抽中超级锦鲤——“无畏”卡，还有机会凭此卡兑换佰草集12月品牌盛典门票一张，来现场感受男神#李易峰#的魅力！速度来戳链接 [【11.11预售】李易峰力荐佰草集新美肌梦幻曲...](#)，上天猫抱走峰峰送出的甜蜜“膜法”大礼吧！🍯



【11.11预售】李易峰力荐佰草集新美肌梦幻曲男女补水面膜21片装

¥99.00 [去看看](#)

而双十一福利也远不止这样，微博晒双十一预售订单截图也有机会获得品牌盛典门票，后期收集了大量粉丝优质 UGC。

5、第五站：#爱上李易峰的每一面#感恩节花式送福利

随着佰草集 20 周年品牌盛典暨李易峰见面会的临近，也恰逢感恩节，品牌最后一波送门票的福利上线了，粉丝后援会跟粉丝内部群再次掀起了一波互动小高潮，粉丝纷纷感谢李易峰对自己正能量的影响，也感谢佰草集，品牌也与粉丝互动，感谢大家的支持，再次收集了一大波优质 UGC。



6、第六站：#爱上我的每一面#佰草集 20 周年品牌盛典

#爱上我的每一面#佰草集 20 周年品牌盛典暨李易峰见面会如期而至，邀请了前期参与互动的粉丝来现场，李易峰为佰草集发布新品面膜和冻干科技站台，分享自己的护肤理念，还与粉丝近距离互动。现场播放了粉丝“告白”视频，还拍摄了粉丝参访视频，粉丝纷纷感谢佰草集给予这次的机会，品牌形象和品牌理念粉丝心中印象进一步加深。





7、收官战：#爱上李易峰的每一面#圆满落幕

随着#爱上我的每一面#佰草集 20 周年品牌盛典暨李易峰见面会圆满落幕，我们细数总结从 9 月到 12 月发起的每一站活动，粉丝纷纷感慨留言希望以后佰草集可以出更多这样走心的活动，#爱上李易峰的每一面#随之完美收官，15 万份面膜礼盒售罄。

营销效果与市场反馈：

本次营销推广活动总曝光：3.17 亿+ 总互动：84.9W+

官方平台：总曝光：7,706W+ 总互动：31.1W+

KOL 合作：总曝光：6,327W+ 总互动:20.5W+

话题：总曝光：1.5 亿+ 总互动：32W+（其中#爱上李易峰的每一面#升级为超级话题，话题持续性发酵中）

视频：总曝光 1,825W+

15 万份面膜礼盒售罄