

王子公主都安利,才是变美真利器

广告主：安利雅姿

所属行业：日化

执行时间：2018.09.04-11.06

参选类别：视频节目合作营销类

营销背景

随着快消品的主力消费人群开始向 95 后乃至 00 后转化,美妆行业的中外品牌也开始纷纷寻找和年轻人沟通的新途径。

营销目标

作为美妆品牌年轻化战略的践行者,安利雅姿一直希望通过与年轻女性群体热衷的流量综艺节目合作,实现和年轻消费者的深度沟通,并带动新品的推广销售。

策略与创意

深度合作中国首档“偶像剧式”美妆综艺秀《口红王子》,节目内男女明星深度“种草”,节目外定制发布会+内容输出+粉丝互动,最大化 IP+明星的带货力。

执行过程/媒体表现

Step1：雅姿主场撩粉



Step 2 : 明星种草圈粉



Step 3 : 衍生内容吸粉



Step 4 : 社区互动涨粉



营销效果与市场反馈

节目累积 VV : 5 亿+ ; Vlinkage、猫眼 : 网综单期播放榜单多次位居榜首

#口红王子#微博 : 7.6 亿次的话题阅读量 , 24 次登上话题热搜榜

在播出第一期 , 品牌百度指数达到近半年以来峰值

主推新品电商渠道被疯抢脱销

