

小程序戛纳首秀，欧莱雅社交电商新玩法

广告主：巴黎欧莱雅

所属行业：日化快消

执行时间：2018.05

参选类别：智能营销类

营销背景

在网红直播遍地开花、社交电商成为大势所趋的今天，如何打造多位一体的数字化服务体系，是很多美妆品牌都在探索的问题。四年来，巴黎欧莱雅一直走在移动社交创新营销前沿，早从 2015 年起，巴黎欧莱雅已开始利用微信朋友圈展现戛纳现场的彩妆潮流，先后依托明星模拟朋友圈、视频直播、礼品卡、小程序等方式，让社交营销一触即达。2018 年，借助戛纳电影节这个大事件节点，如何开创新的营销招式，让巴黎欧莱雅玩转新型社交电商，在国际舞台上大放异彩？

营销目标

提升巴黎欧莱雅&戛纳电影节的关注度和品牌曝光；拉动用户社交参与互动；提升品牌电商转化。

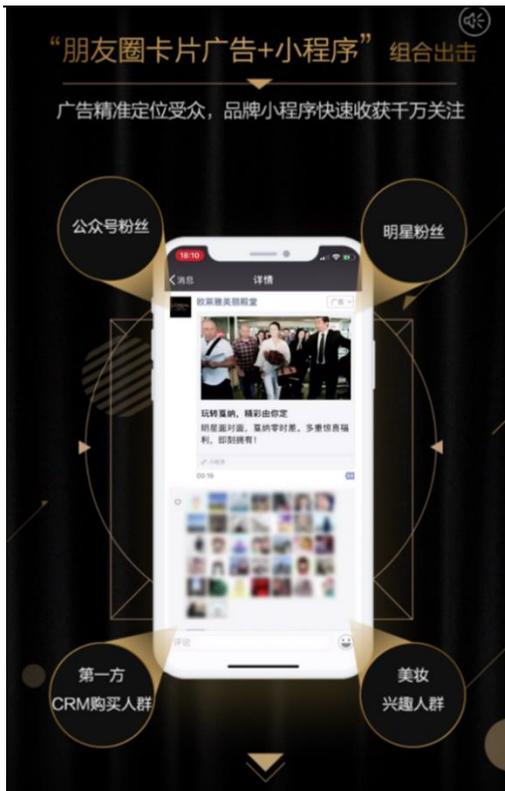
策略与创意

采取 2018 年最前沿的小程序为巴黎欧莱雅大事件加持，借助微信生态强力转化。

执行过程/媒体表现

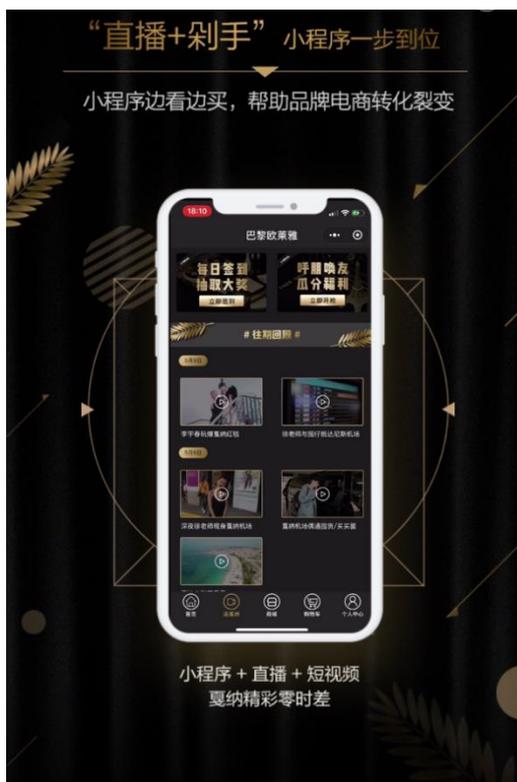
1、朋友圈广告+小程序：组合出击，引爆好友圈层

戛纳电影节开幕当天投放朋友圈广告，赶在话题热度第一时间对小程序进行推广。依托腾讯大数据的筛选能力，广告精准定向明星粉丝人群和美妆兴趣人群，外层采用吸睛力十足的卡片广告，引导用户点击一键直达小程序，在朋友圈广告的社交效应下，迅速引来千万粉丝围观。



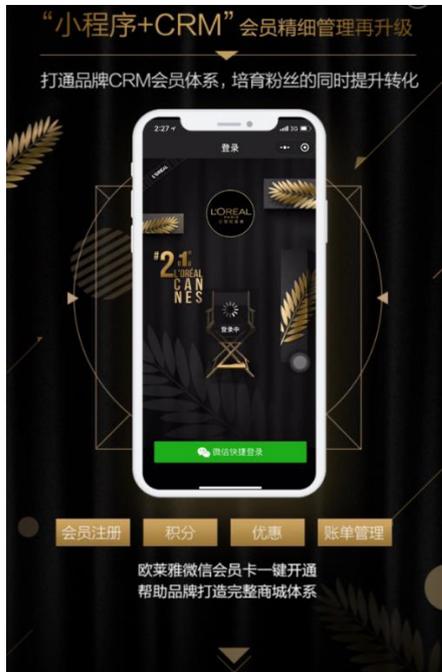
2、直播+边看边买，社交电商一步到位

巴黎欧莱雅小程序首次在戛纳电影节亮相。点开小程序，即可零时差追戛纳，观看明星接机、采访、红毯、侧拍等一系列直播视频。视频下方同步显示明星同款产品，让用户第一时间获知戛纳爆款，边看边买，走在时尚前沿。



3、小程序+CRM，会员精细化管理再升级

此外，小程序还提供会员注册、积分、优惠、账单管理等多样化的 CRM 服务小程序，CRM 数据和巴黎欧莱雅公众号的数据打通，助力品牌更好的了解自己的粉丝和用户，构建完整营销闭环。



4、花式互动形式 PICK 用户兴趣点

小程序的创意互动设计能驱动用户主动分享，而微信的社交属性又可以将裂变效应进一步放大。“巴黎欧莱雅”小程序首页，用户可邀请好友共同参与“签到赢大奖”和“抢C位得红包”活动。互动设计快速唤醒用户参与热情，引发大量二次传播。



亮点：此次推出的“巴黎欧莱雅”小程序，将进一步推动品牌“沉入”微信，实现社交购物的全面升级。“巴黎欧莱雅”小程序不仅提供了与戛纳热点相结合的多项运营活动，更包含完整的 CRM 会员体系，用户进入后可以开通会员、享受会员权益，了解品牌最近的动态、参与活动，培养用户粘性。而借助月活跃用户超 10 亿的微信平台，品牌电商小程序更拥有了一个坚实的基础，通过创新互动和明星影响力，可以更高效地将流量转化为购买。

营销效果与市场反馈

小程序上线仅两日，参与用户破千万

多款小程序在售产品售罄

#欧莱雅值得说#话题阅读量 1.9 亿