

## #HMOSCHINO H&M 品牌联名款推广

广告主: H&M

所属行业: 国际服饰快消

执行时间: 2018.10.26-10.31

参选类别: 移动营销类-互动类

### 营销背景

2018 年, H&M 携手意大利奢侈品 Moschino 推出联名款, 作为年度最重要的合作款, 比起带货本身, H&M 更希望提升此次联名款的知名度, 打造社会时尚热点。美图秀秀社区全新升级, 坐拥中国海量年轻女性用户, 汇聚当红明星及社区红人, 成为此次推广的最优选择。美图秀秀、美颜相机优质硬广全力助推, 结合 AR 技术打造新品穿戴新体验, 并搭建投票 H5, 全面展示 16 套模特硬照, 利用线下发布会入场券激发用户参与, 搭建一个线上线下联动的时尚发布会, 助力 #HMOSCHINO 成为时尚热点。

挑战: H&M 每年最重要的是秋季的合作款 campaign, 每次都会和一个国际大牌 or 知名艺术家合作。2018 年的新款联名款会和意大利奢侈品 Moschino 合作, 作为一年中最重要的发布, H&M 联名款上从未和本土媒体合作过, 选择一个目标人群及时尚感高度匹配的营销平台, 是助力此次新品发布成为时尚热点的关键。

### 营销目标

通过对新品一抢而空的预测, 洞察目标消费者好奇追捧的心理, 利用 AR 技术真实展示此次联名款新品和海报模特妆容, 为消费者打造最新时尚的穿戴体验, 吸引用户互动并发布到美图秀秀社交圈及其他社交平台, 为新品上市充分预热, 从而提高品牌及产品知名度, 助力其成为时尚热点。

### 策略与创意

打造最新时尚的穿戴体验, 真实展现品牌新品, 调动消费者参与热情, 打造全民追捧的时尚热点。

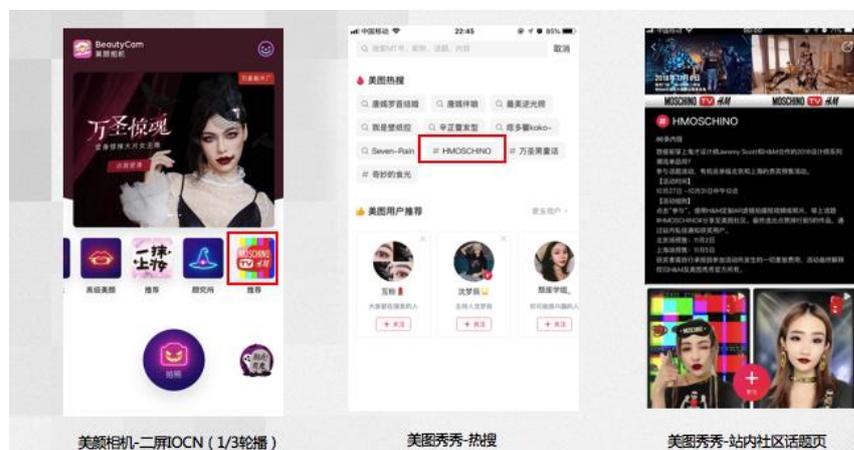
- 1, 优质资源强势曝光: 集中美图秀秀、美颜相机优质资源, 打造美图秀秀社区品牌话题页, 全面预热新品。
- 2, AR 打造真实穿戴体验: 打造真实海报模特妆容, 同时搭配此次联名款新品, 让用户真实体验新品。
- 3, H5 互动联动线下发布会: 搭建了投票 H5, 利用线下发布会入场券激发用户参与, 搭建一个线上线下联动的时尚发布会, 助力 #HMOSCHINO 成为时尚热点。

亮点:

1. **社区发酵，激发用户热情：**通过硬广，热搜榜，打造话题#HMOSCHINO，AR 穿戴体验吸引用户上传图片等多种形式，为新品上市充分发酵，全面撩动目标用户；
2. **线上线下联动：**投票 H5 派发线下发布会入场券，联动线下时尚发布会；
3. **AR 助力打造与海报模特及新品真实同步的穿戴体验；**
4. **选择与目标人群及时尚感高度匹配的美图合作，**成为 HM 第一次本土 digital 媒体的成功尝试

## 执行过程/媒体表现

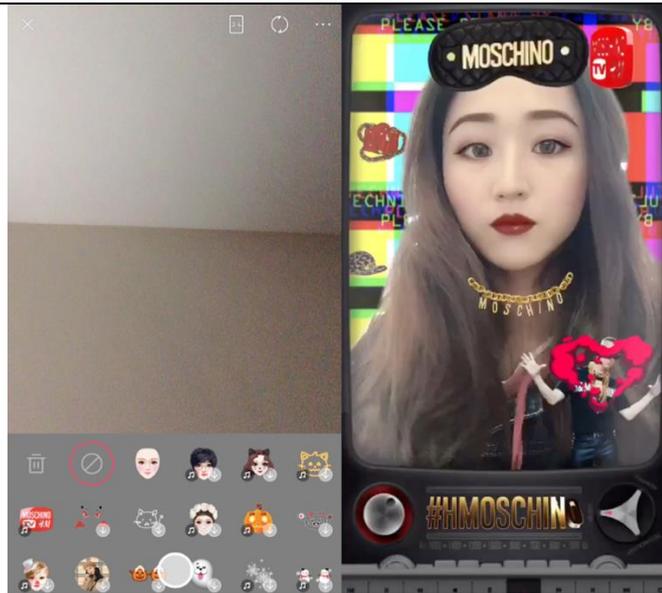
- 1, 优质资源强势曝光：美图秀秀开机屏、信息流、热搜和美颜相机icon强势导流#HMOSCHINO 话题页。



- 2, AR 打造真实穿戴体验：打造 3 套海报模特妆容，同时搭配此次联名款新品，用户通过眨眼切换体验全新单品；

[http://v.youku.com/v\\_show/id\\_XNDAXNzcMzc4MA==.html?spm=a2h3j.8428770.341605](http://v.youku.com/v_show/id_XNDAXNzcMzc4MA==.html?spm=a2h3j.8428770.341605)

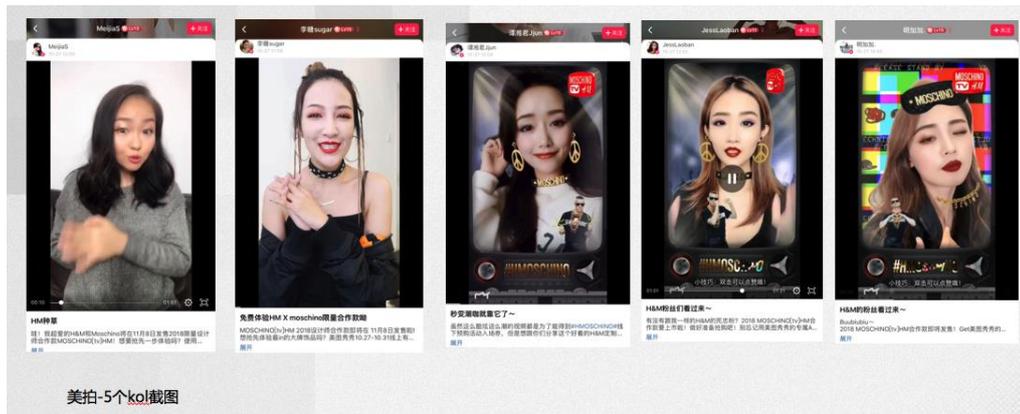
9.1



3, H5 互动联动线下发布会：搭建了投票 H5，全面展示 16 套官方模特硬照，利用线下发布会入场券激发用户参与。



4、咖级阵容：联合五位美拍头部 KOL，在美拍和美图秀秀发布宣传视频，引发用户关注参与。



## 营销效果与市场反馈

通过美图秀秀、美颜相机优质硬广助推，结合 AR 技术打造新品穿戴新体验，发起投票 H5 成功搭建一个线上线下联动的时尚发布会，助力#HMOSCHINO 成为时尚热点。

- 1, 美图秀秀#HMOSCHINO 话题:浏览量 27.5 万, 总曝光 53 万;
- 2, 硬广总曝光 1.13 亿, 总点击 342 万。