

戴森 Airwrap 美发造型器 KOL 推广项目

广告主: 戴森

所属行业:家电/美容用品 **执行时间:**2018.10.18-11.26

参选类别:社会化营销类

营销背景

近期戴森发布了新的黑科技产品——Airwrap 美发造型器,产品还未正式在国内发售已经引起全网热议,网络上掺杂着真真假假的评论测评。为了进一步向目标受众精准传达戴森黑科技卷发棒强大的产品功能点,我们邀请了双微领域多位时尚达人参与此次新品发布的传播,通过 KOL 深度分享产品测评。

营销目标

以戴森新产品 Airwrap 美发造型器发布为节点,新产品的功能以及如何使用作为 KOL 原创内容的核心,针对目标受众进行深度种草。

策略与创意

基于产品的核心传播点,深度挖掘产品/传播人群/KOL 标签,筛选@黎贝卡的异想世界/@原来是西门大嫂/@大 Mia 的时尚账号/@满满 Cyim/@大概是井越/@Avafoo/@程晓玥 YvonneChing7位时尚类 KOL 达人,围绕产品造型能力多场景化展示,进行视频及内容原创,并充分调动自有流量渠道扩散,深度影响种草目标人群。

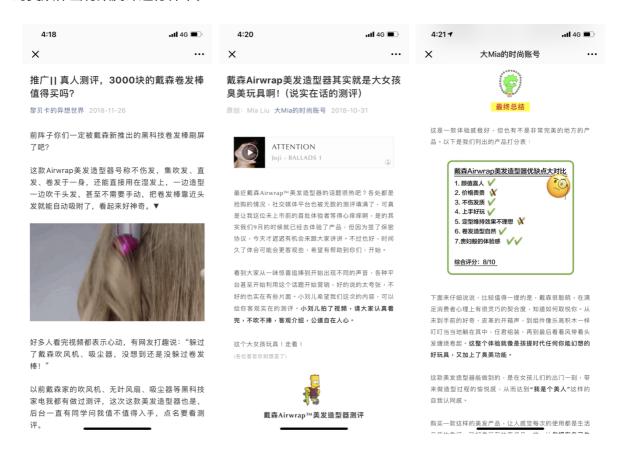
执行过程/媒体表现

1、针对新品发布之后全网刮起的"戴森风",邀请微博@满满 Cyim/@大概是井越/@Avafoo/@程晓玥 YvonneChing 四位时尚达人率先体验产品并拍摄视频发布,吸引更多没有 get 到产品的用户转发互动扩大传播声量。





2、产品上市后立即抢售一空,随之而来的评价褒贬不一,针对网络上"卷发效果不理想""到底好不好用""靠不靠谱"等热议话题内容,调整后期传播内容侧重点,通过@黎贝卡的异想世界/@原来是西门大嫂/@大 Mia 的时尚账号三位时尚达人,重点在向目标人群讲解如何正确使用产品,对受众作出有效测评进行种草。





博主在线测评视频 观看地址:https://v.qq.com/x/page/i0773m779dm.html



营销效果与市场反馈

整波传播总阅读量超过 800w,视频总播放量超 400w,传播期间社交媒体"戴森卷发棒"话题讨论火爆异常,微博指数增长居高不下并且达到峰值,达到品效合一的推广效果。





+添加对比词

