

安利雅姿视频节目合作营销

广告主：安利（中国）日用品有限公司

所属行业：美容化妆

执行时间：2018.09-11

参选类别：视频节目合作营销类

营销背景

安利在全球范围推行数字化战略，推动企业由传统直销展业模式向数字化创新营销转型。安利中国推出 O2O 大众创业平台，为安利创业者们提供全程无忧的一站式创业赋能。其中“营销内容赋能安利直销员展业，提升顾客沟通体验”是创业赋能的重要一环。

营销目标

基于“营销内容赋能直销员展业，提升顾客沟通体验”的创业赋能策略，安利雅姿 2018 新品上市推广以“支持直销员展业”为核心目的，希望生产有传播度的品牌内容，为直销员展业提供热度话题，通过“娱乐种草”内容打动年轻目标群体，提升产品知名度和好感度。

营销目标

- 1) 为实现安利雅姿品牌年轻化策略，与年轻女性群体热衷的流量综艺合作；
- 2) 全新雅姿面膜产品和美妆产品上市大曝光；
- 3) 提升安利雅姿品牌知名度；

策略与创意

- **营销策略：种草式营销，借助明星达人向年轻受众“安利”雅姿新品。**

锁定腾讯首档偶像时尚美妆综艺秀《口红王子》节目定制营销，多角度多情景植入品牌和产品深度合作，借助节目流量明星与产品互动增加产品信赖度。邀请安利营销人员作为美妆顾问展示妆容，为营销人员带来燃点话题。雅姿首档网综合作为品牌实现大曝光效益同时营造一系列内容传播；

- **创意亮点：**

- 1) 精选腾讯视频自制时尚网综《口红王子》冠名合作，何炅和 Mike、秦奋、费启鸣、戴景耀四位化心男使用安利雅姿产品为年轻小花、流量艺人和演技大咖打造潮流妆容，多情景化植入以及雅姿美妆顾问仿妆教程短视频等丰富形式，提升品牌知名度和影响力；

- 2) 通过明星使用安利雅姿全套产品，让观众直观感受雅姿产品的护肤上妆效果，向目标受众“种草”；
- 3) 发动微博、小红书、微信等时尚自媒体大号的节目推荐剪辑和雅姿产品推荐，助力营销人员推广产品；

执行过程/媒体表现

- 身份合作：精准腾讯视频时尚网综进行线上冠名，节目 logo、海报等推广资源植入品牌信息，为品牌造势；



- 核心资源：占据框内黄金植入资源（如主持人口播、创意花字、雅姿定制环节、营销人员仿妆教程等）覆盖节目全程，强势植入品牌产品信息。

1、节目包装资源多次带有安利雅姿 logo 和雅姿产品，突出安利雅姿独家冠名的品牌身份：



2、雅姿产品在明星化妆中重点露出，艺人与雅姿产品互动带动粉丝话题：



3、人气艺人为雅姿彩妆产品打CALL并安利“雅姿仙草面膜”，吸引粉丝关注雅姿面膜新品：



4、雅姿美妆顾问节目展示主题妆容，并录制教程短视频，竖立雅姿美妆专业形象：



- 硬广曝光：腾讯配合视频平台热门频道大曝光位置，为雅姿面膜官网和节目引流，提高用户对品牌合作的认知及关注。

节目引流资源：



雅姿面膜官网引流资源：



#口红王子#微博话题页带动节目粉丝与品牌互动：



营销效果与市场反馈

- 节目播放量超过 5.15 亿，新浪微博话题#口红王子#阅读量超 7.6 亿，安利乐活城官博亦收获 140 万次的互动曝光；
- 广告总曝光：近 2.5 亿次；
- TVC 播放量：近 7655 万次

艺人定制仿妆与营销人员仿妆教程：打造明星妆容借势推广产品，为营销人员提供经典案例，提高用户对品牌产品的认知和关注

备注：以上投放效果数据均来自于第三方监测机构——Admaster 和媒体数据。