

#看好自己#贝德玛校园行 9 月推广

广告主：法国贝德玛

所属行业：化妆品

执行时间：2018.08.06-10.31

参选类别：视频内容营销类

营销背景

营销年轻化，得 95 后者得天下；

帮助品牌深入 95 后市场群体，特别是 95 后大学生群体，做好年轻化市场教育和营销。

“生物科技守护健康肌肤”的品牌理念与年轻消费群体产生情感共鸣。

营销目标

对 95 后年轻群体进行产品教育；

与 95 后年轻群体获得情感共鸣，提升品牌好感度和忠诚度；

整合线上资源，形成品牌话题，扩大影响力，提升品牌讨论量。

策略与创意

95 后是充满希望崛起的一代，还是随波逐流娱乐的一代？

被人看好，还是不被看好？

我们倡导 95 后直面自我，找到自信的力量源泉，乐观迎接未来的新一代精神。

以**#看好自己#**作为整波推广活动的主题，

双重含义：看好（kān）自己 照顾好自己的肌肤；看好（kàn）自己 相信自己的未来。



谁为“看好自己”代言？

我们相信最好的声音来自 95 后自己！

找到 95 后中不同领域不同属性的三位明星达人，分享她们的态度和故事，联合榜样的力量影响粉丝，用镜头记录与她们共同发声：

1、“好看的人太多了，我只想做好看自己的那个！”

——人气偶像组合成员@SNH48-黄婷婷

2、“不管是美的还是丑的，最真实的笑脸最好看！我，看好自己！”

——时尚生活大 V@走向世界的彭美丽

3、“好看很重要，更酷的是看好自己！”

——抖音达人@露啦啦



同步线上发声线下互动，线上联合众达人流量带话题 # 看好自己 产出优质产品内容。

看好自己 校园行线下开启校园行活动和 95 后面对面展开产品教育科学护肤，将#看好自己#理念感染更多年轻人。

执行过程/媒体表现

找对 1%的非典型性小姐姐喊出 99%的共鸣

系列态度视频由明星大 V 本人微博账号及品牌热推大视窗同步发布，一经释出，即刻迅速引起粉丝围观热潮，引爆全网。

官方发布链接：<https://www.weibo.com/1750296140/GA47aip5H>

@SNH48-黄婷婷 <https://weibo.com/3668822213/GAc9YfxPq>

@走向世界的彭美丽 <https://weibo.com/2766134004/GAc9Z6zWj>

@露啦啦 <https://weibo.com/3129453421/GAccEjS3a>

颜值即正义的 95 后小姐姐们也纷纷自发加入“看好自己”应援团，分享自己的故事，勇敢晒出自己真实自信的一面！

种草拔草全网齐刷，自信正能量叫好又叫座

联合 150+位优质 KOL 大号联合推广，小红书、微博、微信、B 站、抖音等多渠道传递品牌理念。



【小雨分享】卸下敏感的自己



和我一起卸妆吧！分享我的卸妆手法小tips



活动作品 旅行必备好物分享 | 出行没有这些东西寸步难行



【Veggie】太辣眼睛了！求求你不要这样卸妆！

无论是发起深度话题讨论的微信公众号，还是带货力 max 的小红书博主，或是爆款制造机的视频达人，不同平台的同时发声，赚足声量，无死角渗透 95 后这一特定圈层。

线上发声，线下互动，和 95 后在一起

贝德玛“颜值进修社”携新生代优质“社长”曾舜晞开启全国高校巡回体验 Roadshow，拉近品牌

与 95 后的距离。通过线上线下结合的方式，贝德玛教会大学生科学护肤，同时解锁更多趣味玩法和丰富的 O2O 体验。



“看好肌肤看好自己”主题朋友圈广告，以及品牌大使@曾舜晞 Joseph 主题视频微博发布，揭秘实验报告，教你照顾好肌肤。

中国移动 上午10:18 80%

发现 朋友圈

法国贝德玛 广告

REC
HD
你，看好自己吗？
不论是外在，还是内心。

看好肌肤 看好自己

30分钟前 @法国贝德玛互动

Lee, Jessie Shen, 牙牙, Lucy-aqua, M伊M-nina, 阿晶, Lioky

Sun@Smile孙黎
时尚圈第一“星座大V”，有什么样的传奇故事？
33分钟前

Sun@Smile孙黎

曾舜晞
贝德玛颜值净修社社长

高颜值社长曾舜晞
教你呵护肌肤

#看好自己#

BIODERMA 法国贝德玛
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

看好肌肤，看好自己

前往法国贝德玛官方微信
解锁更多#看好自己#

关注公众号

活动现场同步开启互动 H5，以“颜值净修社”为主题，将社团话题巧妙融入学生群体，鼓励大家创

造自己的“社团”展现个性。姐妹组团晒合照，集体拉票打 call 的互动模式，奏之有效，学生自主分享，更有人群针对性地拓宽了传播维度与流量。



营销效果与市场反馈

- #看好自己#微博话题，掀起 2.9 亿的阅读量和 20.8 万的讨论热潮；
- 品牌热推大视窗曝光量高达 1.37 亿+；
- @SNH48-黄婷婷单条博文点击量高达 146 万+，三位明星达人视频总播放量高达 301 万；
- 150+KOL 线上推广，总收获 1 亿+曝光量，近 100 万讨论量；
- “看好肌肤看好自己”主题朋友圈广告，总计获得 1,675 万+曝光量；
- 品牌大使@曾舜晞 Joseph，单条微博收获 430 万+阅读量。

成为“最懂 95 后”的品牌，在这波#看好自己#的营销战役中，贝德玛 9 月品牌好感指数和品牌社交媒体及电商综合表现指数均达到第一，同期实现销量增长近 40%。

打好 95 后营销战役，贝德玛的套路就是，拒！绝！套！路！

不吹、不黑、不喷、不捧，尊重每一个 95 后，贝德玛成为最懂 95 后小姐姐的品牌。

在这波#看好自己#的营销战役中，集灵魂与颜值于一身，贝德玛温柔呵护年轻肌肤，真正走进95后小姐姐们的心里~

“无所谓世界看不看好，我看（kàn）好我自己。

还有贝德玛看（kān）好我的肌肤”。

