

兰蔻：浓情蜜语，浪漫圣诞

- ◆ 广告主：兰蔻
- ◆ 所属行业：化妆品行业
- ◆ 执行时间：2018.12.17-12.27
- ◆ 参选类别：场景营销类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频
<https://v.qq.com/x/page/a0846uo8vnc.html>

或者
扫一扫看视频



圣诞节来临之际，面对直男永久的困惑“过节送什么礼物？”了解网民心思的搜狗，携手兰蔻，为奇迹密语香水打造了“爱是奇迹”的圣诞主题活动。让网民受爱指引，相信爱有“奇迹”。



圣诞节 Christmas Day

Marry Christmas= “买” Christmas

目标

借助搜狗搜索优质的平台以及创新的合作方式，在圣诞节期间，全面引爆兰蔻“爱是奇迹”圣诞主题活动。

同时洞察目标群体对于品牌互动的偏好，利用网生代最关注的互联网语言，打造创新互动活动，依托最先进的互联网技术，激发用户参与与共鸣；进而，提升目标用户对品牌的关注度，升华品牌美誉度。



洞察：搜狗大数据发现

男性加入圣诞买买买人数占比显著提升
提前一周他们就开始花心思研究送女朋友什么礼物啦



搜狗发现：雷区太多 直男抓狂

鲜花？烛光晚餐？那始终是圣诞惊喜中的配菜，算不得正餐，请牢记以下法则：

实用、需要、贵。



男朋友、女朋友们都会送哪些礼物？



巧克力



红酒



香水



口红

通过搜狗大数据发现女性的嗅觉十分灵敏，对气味的感知与记忆，会让她顺带着记住你。

香水正是圣诞礼物的绝佳选择

圣诞首选伴手礼香水

搜狗联合兰蔻，借圣诞期间推出奇迹密语香水

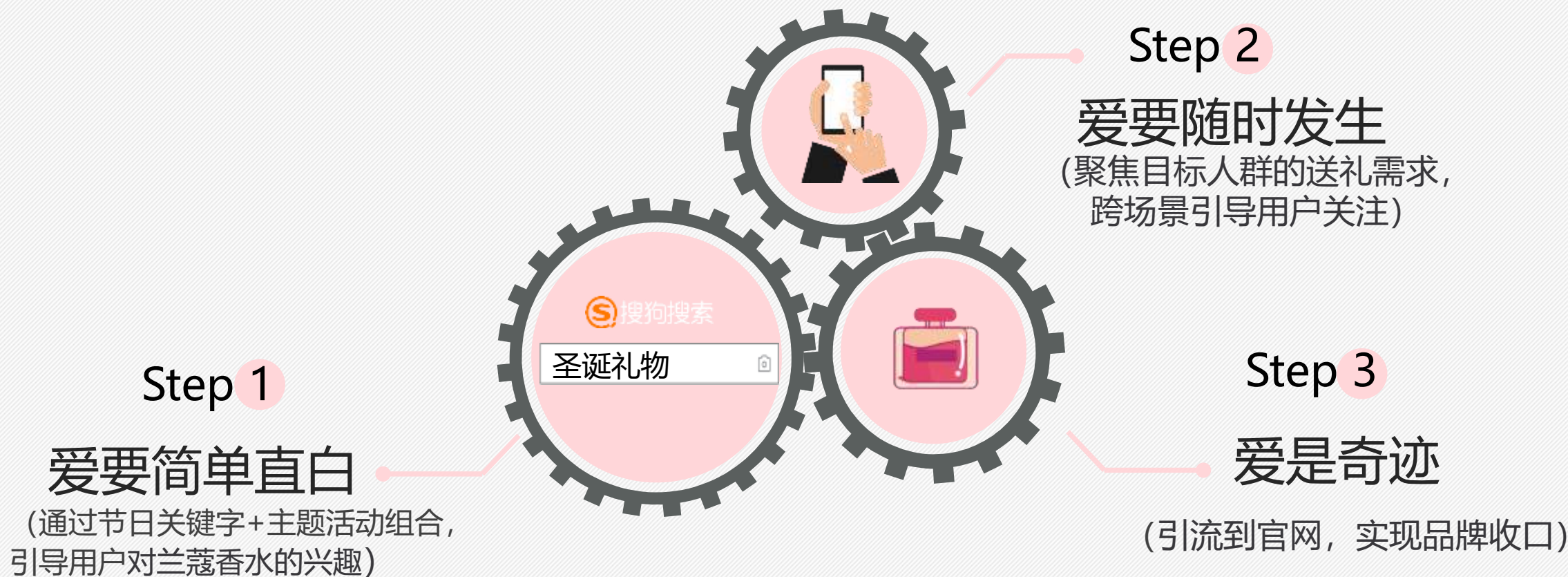
打造了 **“爱是奇迹”** 的圣诞主题活动。

藉由营销活动造势，通过奇迹香水转递爱意，

相信有爱就有“奇迹”。



策略：环环相扣，剧情式内容展现，跨场景俘获受众



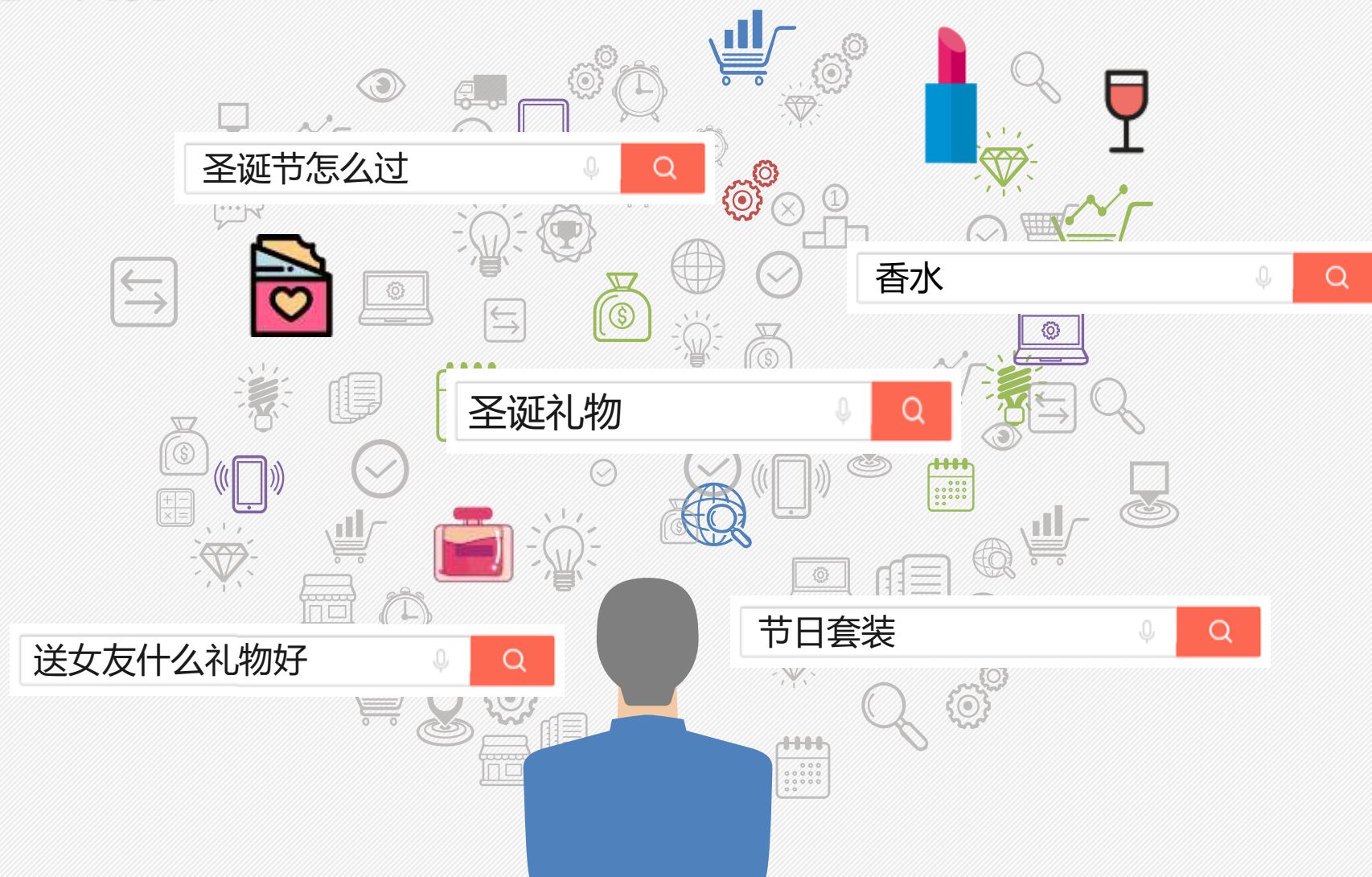
Step1

爱要简单直白



利用用户节日前夕对**圣诞节**关注度引爆品牌聚焦用户

围绕圣诞主题一网打尽





用户在搜索场景会关注圣诞节送什么礼物，圣诞节的由来，圣诞节怎么过等信息

在搜索场景定制互动区域



Step2

爱要
随时发生



随时随地跨场景捕获用户需求 “爱的奇迹” 精准触达



用户在聊天等社交场景会
谈论圣诞节送礼或兰蔻相

关信息时

在输入场景定制专属展
示



智能分享-精准捕获节日期间香水需求受众





Step3

爱是奇迹

品牌活动与节日经济组合拳

借势升级品牌专区，实现强力收口



圣诞VR炫动浮层 浪漫惊喜尽在眼前

借势升级品牌专区，实现强力收口

用户在圣诞节前夕搜索圣诞节、圣诞礼物相关关键词，即展示节日VR，摆动的圣诞球提供提示性入口，点击即刻展现动态浮层。



30+

媒体关注

延续品牌圣诞活动传播



网易 NETEASE
www.163.com



搜 狐
SOHU.com



头条



1.



Rayli 瑞丽网
.com.cn



时尚中国
fashionchina.cn



听薇网



fopdigital

网络媒体 | 新闻客户端 | 美妆垂直媒体 | 营销微信公众号



投放效果数据

总曝光量 **3,500,000**

总点击数 **560,000**

LANCÔME
PARIS