

# 玫琳凯Pink Young大胆粉出彩

- ◆ **广告主:** 玫琳凯 (中国) 有限公司
- ◆ **所属行业:** 化妆品
- ◆ **执行时间:** 2019.04.05-05.05
- ◆ **参选类别:** 内容营销类



Top  
Mobile  
Awards

Pink Young®



点击链接观看案例视频:

<https://m.v.qq.com/page/m/0/w/m08611lc9bw.html>

- ## 背景和初衷

- 谁说英雄只有一种样子？谁说漫威电影只是男生专属？早在去年《复联3》公映时，就有媒体报道，女性受众占比高达46.5%，在漫威相关衍生品消费人群中，女性占比更是超过了60%。从电影到现实，女性超级英雄都不再是不可能，女性复联其实也只是当代女子力崛起的一个侧影。经济独立使得更多女性获得精神独立，这些新生代女性具备强大而勇敢的BOLD品质，无所畏惧、勇往直前的SHERO精神就是她们的超能力。

- ## 目标

- 针对玫琳凯全新子品牌的上市，通过全网线上+线下的联动，整合多渠道平台，推出玫琳凯全新子品牌Pink Young，让受众从“新鲜”“时尚”“敢”等角度认识一个与以往完全不一样的玫琳凯。

- **目标人群洞察**
- “她”经济时代来临，“大女主”风潮正盛
- 21世纪被称为“她”世纪。据澎湃新闻洞察报告显示，近年来女性价值凸显，女性主导了一般家庭70%的消费，同时女性自身的观念也在不断提升，注重自我提升和完善。在美国，女性消费能力超过了整个日本的经济规模，每天有400名女性自行创业，无数女性正在创造传奇、改写历史。她们出现在各种杂志封面和屏幕之上，用SHERO精神感染着更多女性，改变着全社会对于女性的固有认知。





## • 核心策略

通过传播改变玫琳凯在大众心中“妈妈辈”的知性端庄、大家闺秀等固有印象，而转变成这个品牌有点飒，有点野，更有点敢，以吸引更多年轻人关注玫琳凯

### 1、直戳广大女性心思，引发产品情感共鸣

年轻女性是十分注重视觉的生物，颜值与品格是最能直接吸引年轻人的。

2019，MARY KAY玫琳凯设计中心从米兰出发，探索全球色彩趋势，发布旗下全新彩妆子品牌Pink Young，以被赋予了更多层次的粉色带给受众不同的冲击力，颠覆以往的品牌形象；

### 2、自媒体舆论引导，让玫琳凯pink young拥有更多的讨论度，增加全新品牌形象的曝光度；

### 3、在曝光量需求前提下，采用线上+线下联动传播的方式，线上选择微博+微信+今日头条+一点资讯+凤凰新闻+网易新闻+搜狐等平台为主的全网传播模式，线下邀请明星、主持人、时尚KOL参加品牌发布会的形式，掀起粉色浪潮，达到宣传品牌方理念及事业机会的目的。



## • 策略与创意

- 近年来，“她经济”、“她时代”到来，“大女主”风格盛行，女性，尤其是年轻女性对自己的定位越来越明确，也愈发明白自己的喜好；既能做元气、甜美、粉嫩的小公主，更是经济独立、人格独立、有主见的“大女主”。我们希望通过线上+线下一系列的传播活动，将玫琳凯pink young大胆粉出彩的“果敢”精神内核，传递给更多年轻女性。

**1、明确基调：**当黑灰沦为岁月的刻板，粉色也不再一味贩售甜腻，渲染Shero精神，突出“敢”，柔儿不弱，感性而为，倡导敢梦、敢当、敢追、敢爱、敢做的女孩力量



- 策略与创意

2、**甜而不腻，粉拳出击**：作为上海时装周2019秋冬GALALAND独家合作彩妆品牌，为上海时装周6个国际高定礼服品牌、126位模特打造主题妆容，同时，借势上海时装周做子品牌Pink Young上市发布会，邀请明星、主持人及时尚、美妆类KOL博主线下参加发布会活动，为活动造势，吸引更多关注度。



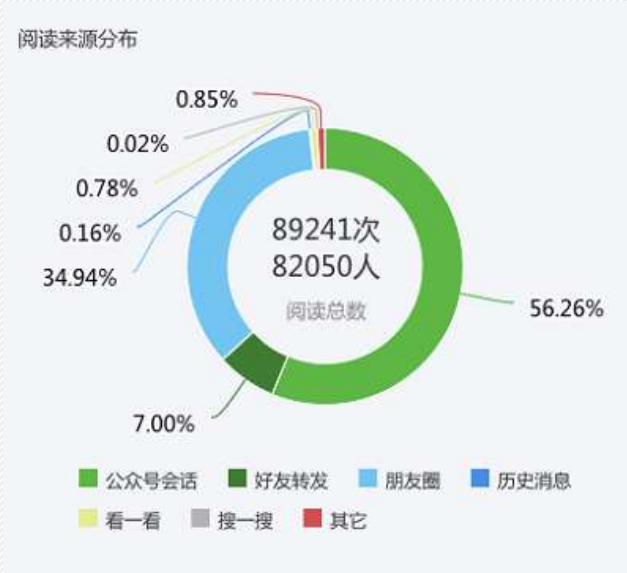


- 整合营销方式
- 配合玫琳凯成为上海时装周2019秋冬GALALAND独家合作彩妆品牌，在时装周期间做子品牌Pink Young的上市发布活动，邀请各新闻媒体及著名主持人沈梦辰、演员陈燃、时尚美妆类KOL参加，为发布会造势宣传，博得大众眼球；
- 利用具有影响力微信及微博KOL，配合上市发布会进行话题炒作引发热议。利用时尚、美妆类KOL，从多角度解读玫琳凯，引导大众对玫琳凯有一个全新的认知，加深企业品牌形象



## 商务范微信公众号+其他平台

- 此次商务范微信公众号发布《超模时装周妆容太惊艳！背后的这个品牌，居然画风突变》一文，从玫琳凯作为2019秋冬GALALAND独家合作彩妆品牌，为模特打造主题妆容角度入手，讲述玫琳凯打破以往风格，摇身一变成粉色系果敢潮牌，广泛受到受众好评。
- 发布获得了89241次的阅读量，覆盖阅读人群覆盖82050人，分享转发4434次。其中34.94%来自朋友圈转发，56.26%来自订阅号粉丝





## 微信

- 商务范评论



## 商务范其他平台



今日头条



搜狐



网易新闻



一点资讯



## 成功营销微信公众号+其他平台

成功营销头条发布《美妆届SHERO? 现在的玫琳凯也太酷了吧》一文，文章从玫琳凯倡导的女孩力量角度入手，重塑了玫琳凯敢爱、敢梦、敢追、敢当的SHERON BLOD基因。头条发布获得了1W+次的阅读量，覆盖阅读人群覆盖1W+人，其中93%来自订阅号粉丝



## 成功营销其他平台



微博



凤凰新闻



天天快报



一点资讯

今日头条



知乎



官网





## 微博

时尚美妆类KOL大号线下参加玫琳凯子品牌Pink Young上市发布会，演员陈燃，时尚博主小树幸福、妖精边儿、杜子瑄、我就爱墨迹、三三子COCO、Miss沐夏6位KOL发布微博博文，共获得1800W+的阅读量





- 本次玫琳凯Pink Young大胆粉出彩项目结合时下大热的“大女主”话题，利用线下发布会活动以及线上KOL传播的形式，将少女般梦幻的粉色，赋予了敢梦、敢做、信心、勇敢无畏的强大信念等多层次概念，让广大受众认识到了一个全新的，时尚的，很敢的玫琳凯。

