

悦诗风吟#冲鸭发光少女#社会化营销

- ◆ 广告主: 悦诗风吟
- ◆ 所属行业: 美妆
- ◆ 执行时间: 2018.09.11-09.17
- ◆ 参选类别: 娱乐营销类

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.youku.com/v_show/id_XNDM1ODY2NzY5Mg==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1

或者
扫一扫看视频



项目 背景:

悦诗风吟菁纯济州石榴双萃系列

少女精华全新上市!

将携手创造101人气选手演绎单曲MV

项目 挑战:

护肤市场竞争激烈

如何才能更巧妙地利用明星流量实现营销突围

引爆品牌TA关注，成功收割品牌声量？

目标



传递石榴双萃系列产品特点，打响新品社交声量

新品上市，即成爆款



品牌端

少女精华惊艳亮相

全新添加「济州石榴籽油」&「烟酰胺」
有效提亮肤色，**让肌肤会发光**



明星端

流量爱豆造势品牌

苏芮琪、李子璇、刘人语、吴芊盈
她们是粉丝心中闪闪发光的少女爱豆



受众端

追星女孩渴望发光

活跃在社交平台上的追星女孩
她们即使平凡，**也想像爱豆一样能发光**



#冲鸭发光少女#

看似柔弱却一直努力发光，悦诗风吟**挖掘明星IP与品牌TA的共同特质**

化身发光助攻，引发受众共鸣

在收获品牌认同的同时**打响新品声量**

核心创意策略

瞄准年轻受众/明星粉丝
微博成为品牌玩转粉丝经济的有利平台



搭载明星流量顺风车
增强品牌号召力
巧劲打造新品社交流量



覆盖粉丝社交路径
黄金资源霸屏微博
全面引爆品牌社交声量

1. 搭载明星流量顺风车，发光少女微博成团

9月26日，@刘人语Reyi、@创造101吴芊盈、@李子璇豆子、@苏芮琪Sury通过**粉丝头条**一齐发博，悦诗风吟少女精华主题曲《**发光少女**》MV闪亮发布，讲述每个平凡女孩都可以成为发光少女，并号召粉丝一起，点亮发光少女肌。出道单曲MV的宣发模式，告别了明星合作的单一硬广形式，量身打造的软性植入引发广大粉丝好感与共鸣，纷纷为发光少女打CALL。



2. 品牌入驻评论精选，与粉丝面对面对话

悦诗风吟趁势入驻了4位少女明星的博文评论精选，与粉丝们直接对话。明星流量的顺风车一路风驰电掣，产品“发光”特点成功传递，打响产品声量的同时更收获了品牌认同。



3. 粉丝社交路径覆盖，品牌声量全面引爆

微博黄金资源趁势追击，力推#冲鸭发光少女#话题及MV霸占用户社交全路径。

在粉丝打开微博、搜索浏览热点的每一个环节拦截关注，在星粉之间织成一张严丝合密的强曝光网



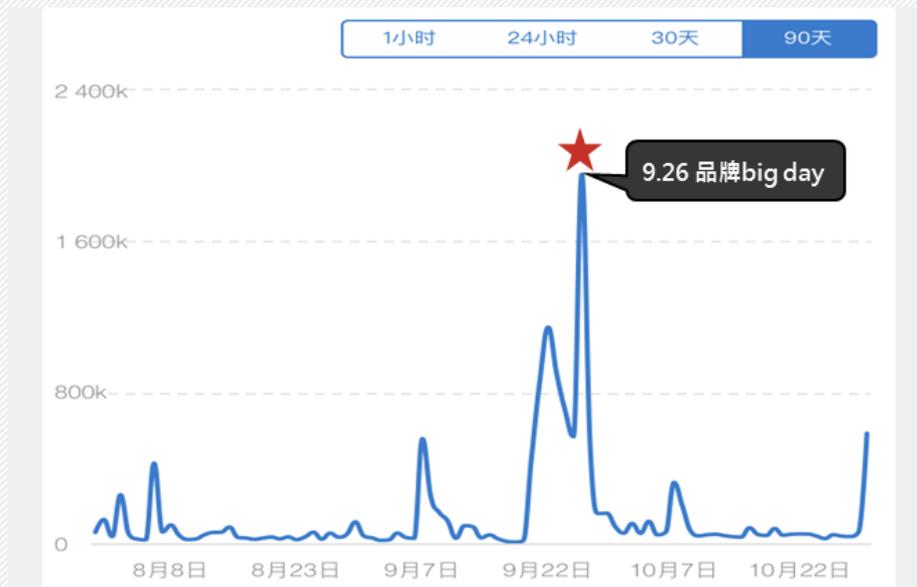
开机报头



热搜榜



1. 用户热议，品牌社交声量飙升达到峰值



- 明星博文收获超 **4.2亿** 总曝光
- 话题#冲鸭发光少女#阅读数超 **2.3亿**
- 全网带话题词的讨论量超 **431万**
- 品牌声量跃升新高

3. 粉丝晒单，销量领跑

海量粉丝主动晒单，悦诗风吟少女精华成功一炮而红！



亮点总结

迎合粉丝情感需求，软性营销收割品牌流量

四位颜值实力双在线的小姐姐虽然
未能被11人团选中

但粉丝一直期待着她们能够
成团出道!



悦诗风吟洞察粉丝心理，
集结四位人气选手，送她们成
团出道

量身打造“发光少女”
出道单曲MV

告别明星合作的单一硬广形式

以**偶像组合出道单曲MV**的宣发模式

软性的创意内容更容易在微博上一炮而红

号召更多目标受众一起冲鸭，为发光少女打榜，**收割品牌流量**