

甜蜜告白年轻 TA，兰芝打造撩“芯”三部曲

广告主：兰芝

所属行业：日化

执行时间：2018.05.04-06.04

参选类别：移动营销类-互动类

营销背景

对美妆行业而言，市场的高度竞争、TA 的求新求变，品牌如何玩出新花样、创造吸睛话题，更是行业面临的极大挑战。

兰芝推出全新雪纱气垫隔离霜，主打轻盈贴合的粉芯设计，并邀请男神许魏洲代言。“选择小鲜肉”代言，成为很多美妆品牌的营销新趋势，如何将代言人活用起来，将明星粉丝影响力，转化为品牌的认知度和好感度，是兰芝首要考虑的问题。

营销目标

兰芝希望用更贴近年轻 TA 的语言、形式，传递新品上市的信息，突出产品特点，同时拉近品牌与年轻 TA 的距离。

策略与创意

新生代消费者乐于尝试创新互动，手机 QQ AR 黑科技营销深受年轻消费者的喜爱；

单纯的代言人发布活动很难打动年轻 TA，他们渴望在线上线下与偶像产生互动。



执行过程/媒体表现



营销效果与市场反馈

闪屏联投曝光：超过 900 万

手机 QQ 曝光：超过 5200 万

AR 互动总数：超过 98 万

朋友圈广告触达用户数：超过 890 万，总互动率：67%