

#厉害了我的码呀#Dr.Ci : Labo 防伪码互动营销

广告主: Dr.Ci : Labo

所属行业: 美妆

执行时间: 2018.05.03-05.22

参选类别: 移动营销类-互动类

营销背景

Dr.Ci : Labo 作为日本医美品牌, 广受 80、90 后喜爱, 品牌关注度高, 但在产品进入国内市场前, 被国内厂商抢注了 Dr.Ci : Labo 标准中文译名“城野医生”的商标, 并生产了与 Dr.Ci : Labo 极为相似的产品, 导致消费者对真假产品产生混淆, 为了解决此问题, 品牌方研发了可以扫码辨真伪的防伪标。

营销目标

提高防伪码的认知度和普及率;

培育消费者扫码辨真伪习惯, 提升扫码率。

策略与创意

通过对消费人群分析及市场调研, 发现消费者存在辨别产品真伪的痛点, 且无有效的辨别方式。

借势#厉害了我的国#热门话题, 契合防伪码的高科技定位, 提炼出#厉害了我的码呀#传播主题配合扫码干货动画视频, 美妆博主、流量网红等测评种草实验, 普及正确的扫码认证方式。

执行过程/媒体表现

阶段一: 原创视频推广, 技术流解读防伪码, 微博视频博主造势, 美妆博主热传, 大 V 博主扩散。

阶段二: 防伪码动画视频制作, 培养消费者使用习惯。

阶段三: 邀美妆博主测评推荐, 打通电商为产品导流。

阶段四: 各大垂直网站, 豆瓣、知乎等目标消费人群公关推广全线切入。

阶段一：原创视频推广，技术流解读防伪码，微博视频博主造势，美妆博主热传，大 V 博主扩散。



视频链接: <https://weibo.com/6037687121/GgtNluHR4>

阶段二：防伪码动画视频制作，培养消费者使用习惯。



| Dr.Ci:Labo 正品防伪小闪标



视频链接: <http://t.cn/R3jz2al?m=4241091772998907&u=2401329902>

阶段三: 邀美妆博主测评推荐, 打通电商为产品导流。



阶段四：各大垂直网站，豆瓣、知乎等目标消费人群公关推广全线切入。

Baidu search results for the query "高科技扫码让正品一步到位, Dr.Ci:Labo做到了!". The "网页" (Web) tab is selected. The results list several articles from various websites, all discussing the brand Dr.Ci:Labo and its QR code technology. The first result is from 搜狐时尚 (Sohu Fashion) with a link to www.sohu.com/a/2319641.... Other results include articles from 中国时尚品牌网, 时尚中国网, and 北青网.

A screenshot of a Douban group page. The group name is "Dr.Ci:Labo最新防伪验证, 以及最易种草的6个系列". The post is from user "小小小麦子" on May 23, 2018. The content of the post discusses the brand's authenticity and popularity. To the right, there is a "美妆护肤 共分享" (Beauty and Skincare) group with 1415 members.

A screenshot of a Zhihu question page. The question is "大家聊一聊Dr.Ci:Labo毛孔收敛水怎么样?". The question text says "最近被dr.ci:labo种草啦, 想问下大家毛孔收敛水怎么样? 国内能买到正品不?". The page shows 10 answers and 1 comment. The "已关注" (Already followed) button is highlighted.

营销效果与市场反馈

- 1、#厉害了我的码呀#阅读量达 5106 万;
- 2、原创视频播放量 424 万;
- 3、美妆博主测评推文阅读量超 10 万。