**神奇草本在哪里百雀羚欢聚日**

**广 告 主**：百雀羚

**所属行业**：美妆护肤

**执行时间**：2022.06.20-07.30

**参选类别**：电商营销类

**营销背景**

国民护肤现状高关注近 80% 的人期望自己的皮肤能够健康，仅 20% 的人对于自己的皮肤状态感到满意，为什么用户比以前专业了护肤却没效果。皮肤问题是立体多维的，就算是同一个皮肤问题表征，背后也会有不同成因，没办法用同一个产品解决。

面对更细分的需求，需要用精益适配的理念给出更对症的功效，精准护肤成为功效护肤趋势。

百雀羚作为中国国货代表，除开本身悠久的历史文化以外，近几年持续深耕产品力及科技力，做话题，也要做成分教育，让产品做品牌做好的代言人。

所以此次我们希望借助欢聚日向用户持续输出「高效科技+东方草本」品牌壁垒，打造一系列创意营销及满福利的宠粉行动

**营销目标**

1亿传播声量（达成）

2000万销售指标（达成）

**策略与创意**

1. 本案围绕百雀羚“科技新草本”核心品牌主张，打造一场悬念丛生的#神奇草本在哪里#探索之旅，合作知名健康类自媒体丁香医生及国民笑星金靖，赋能产品科技力背书，塑造系列创意话题，带动关注百雀羚新中国成分“原初因&聚光因”「品牌自主研发专利中国成分」从营销端真正赋能产品成分，专注科技护肤。
2. 通过沉浸式AR直播，打造连续4天不间断「神奇草本直播间」，以明星专场+科普专家专场形式，全方位完成护肤科普组合拳，共同探索神奇草本的奥秘。
3. 在礼盒周边上，联动品牌既有代言人王一博，打造定制礼盒，爆发式收割销量。

**执行过程/媒体表现**

**预热阶段：**

1. 打造悬念海报，发布概念视频，吸引用户关注



1. 联动金靖带头嗑cp话题，吸引用户关注。



**高潮期：**

1. 与知名健康类自媒体丁香医生共同发起自媒体关注肌肤健康活动
2. 同时发售限量活动周边礼盒，联动全渠道销售，15分钟礼盒售罄。



**爆发期：**

为期四天直播系列活动，1场明星金靖+3场丁香医生专家打造神奇草本有限公司，直播当天pv突破200万，带动直线销售800万+





**营销效果与市场反馈**



#神奇草本在哪里#微博话题5亿

#百雀羚聚光精华#微博话题3亿