**馥蕾诗玩转微信生态，创新点亮新年美肌光采**

**广 告 主：**Fresh馥蕾诗

**所属行业：**美妆护肤

**执行时间：**2020.01.03-01.08

**参选类别：**创意传播类

**营销背景**

新年伊始，LVMH集团旗下高端源自天然的护肤品牌fresh馥蕾诗推出2021新年限定美礼——红茶家族新年限量。同时邀请代言人王源与大家一同开启光彩四溢的花YOUNG新年。

**营销目标**

把握春节节庆营销节点，利用节日限量产品、明星代言人号召力和微信社交生态，打造品牌影响力，塑造品牌调性，提升Fresh在消费者心中的形象和品牌力。

**策略与创意**

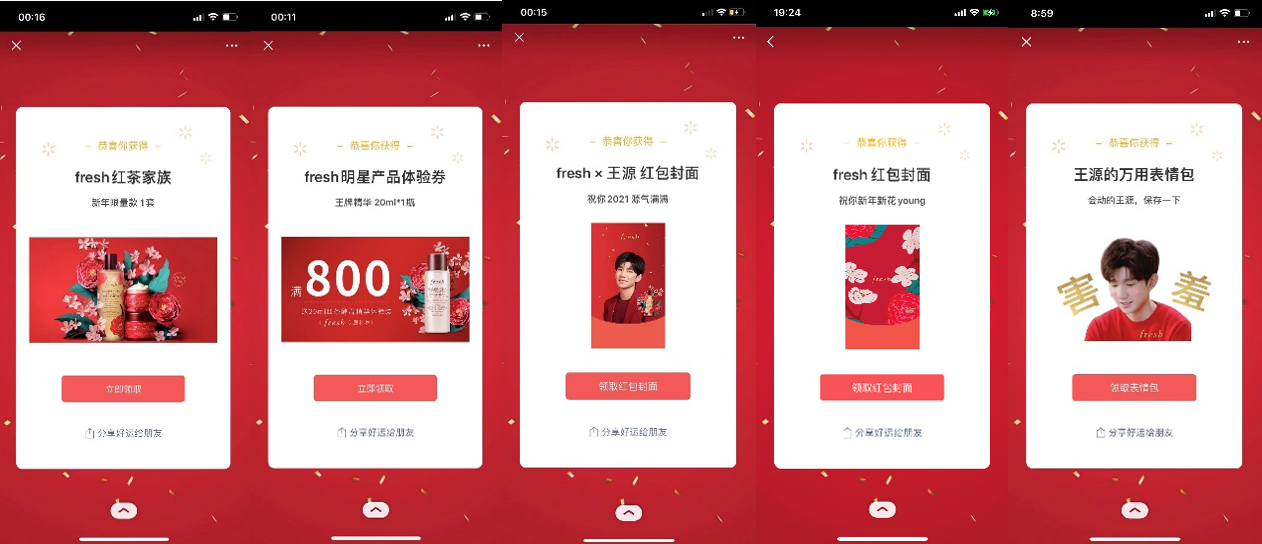
借助微信社交生态，借助创新互动广告形式、微信红包封面、王源表情包等多种互动和分享创意，激发用户自主传播，全方位释放品牌社交影响力。

**执行过程/媒体表现**

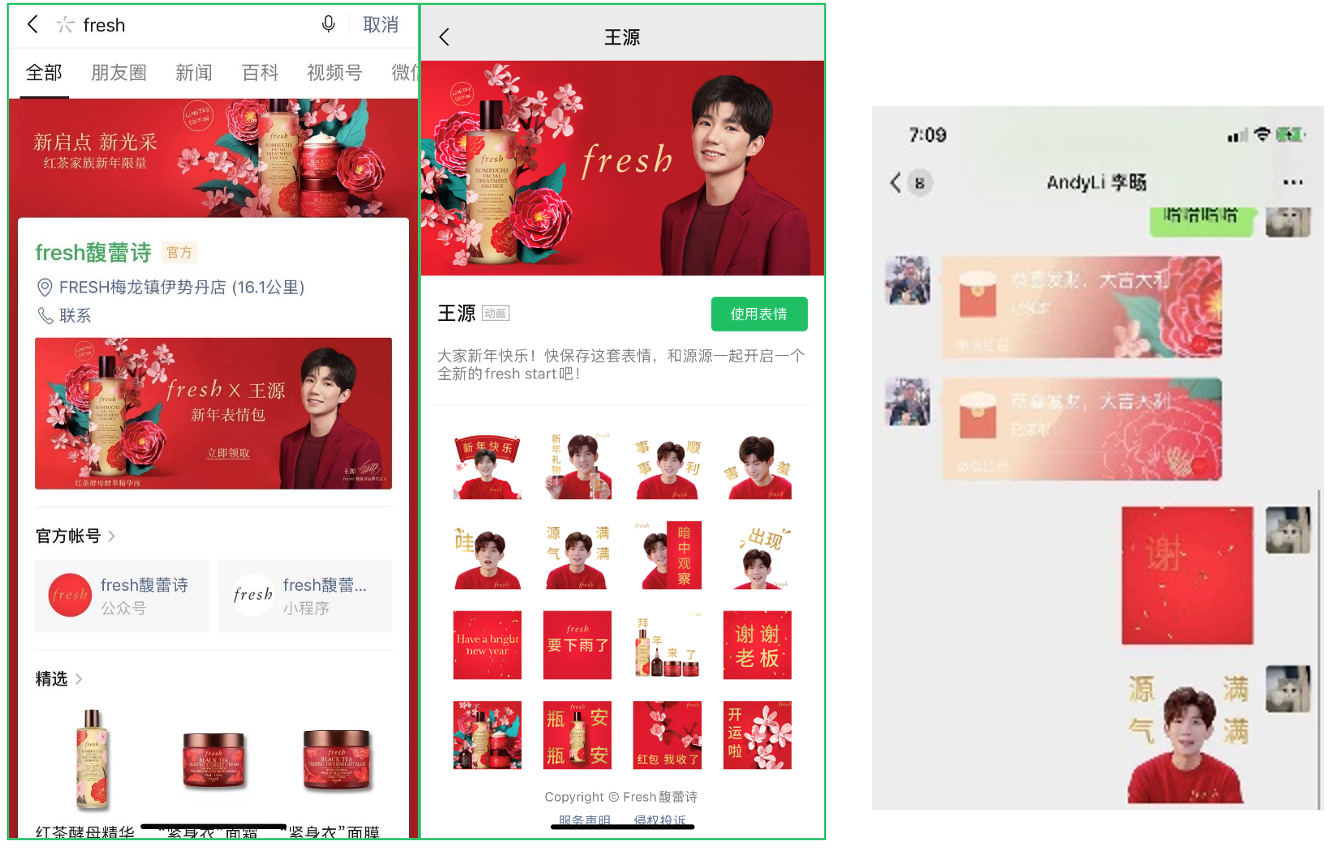
**1、微信朋友圈扭动式卡片广告+明星首评，刷爆朋友圈话题热潮：**用户通过扭动手机可与广告产生互动，将随机呈现5个彩蛋之一，其中包括新年限量礼盒、买赠优惠券、王源表情包、两版红包封面。丰厚好礼吸引用户不断互动，且该广告支持二次转发和朋友圈分享，有助于产生社交裂变。



扭一扭互动后随机出现的5重彩蛋截图：

****

**2、明星号召+微信搜一搜品牌专区额外惊喜：**朋友圈扭动式卡片广告下的首条评论来自于品牌代言人王源，提示用户“微信搜一搜fresh也有惊喜”，成功制造悬念引发用户主动搜索。通过搜索fresh品牌名，可以在搜一搜品牌官方区上点击运营卡片领取fresh x 王源的新年表情包，借势明星人气，引发用户自主传播，将微信日常聊天框开拓为营销新场景。

****

**营销效果与市场反馈**

**一、1月3日-8日朋友圈扭动式卡片广告投放，为品牌小程序商城引流带来的正向影响：**

 1）小程序全店访问用户量：

+618%   vs.去年同期

+1,562% vs. 2020.12月

2）朋友圈扭动式卡片广告投放带来的用户量占全店的 75%

3）新访问用户是平日的20+倍

**二、1月3日广告上线当日，为品牌在微信内声量提升带来的正向影响：**

1）微信搜一搜Fresh品牌官方区流量提升44倍

2）官方区运营卡片（领取王源新年表情包）点击率提升44%+

3）微信指数日环比提升1884.61% (以下为微信指数截图)

图表, 折线图

描述已自动生成

**三、Fresh x 王源新年表情包传播效果：**

截至1月13日，表情包累积下载总量超过6W，累积发送总量超过15W。