

ForeverMark——星座指引，符获幸运

广告主：ForeverMark

所属行业：奢侈品

执行时间：2019.05

参选类别：智能营销类

案例视频：<https://v.qq.com/x/page/b091671f3wq.html>

营销背景

项目背景：

随着消费水平的提升，钻石不再只是为了人生中的重要时刻而出现，而是每个年轻消费者表达自信的一种方式，它逐渐成为了年轻人生活中的一部分。

通过对门店实地考察，我们发现消费者经过门店时没有任何动力进店咨询，而品牌在 2019 年 5 月全新上线重磅推出【LE VOYANT 星运符】系列，迫切需要打破线下店铺沉闷的现状。

项目挑战：

我们如何结合品牌调性将产品寓意在橱窗中呈现，吸引途径消费者的注意力？如何让他们快速了解产品，并能激发消费者入店欲望？

营销目标

- 1、 将品牌调性与产品寓意在橱窗中呈现；
- 2、 快速抓取经过门店的消费者眼球；
- 3、 让他们在游戏体验的同时快速了解产品；
- 4、 激发消费者入店欲望。

策略与创意

让橱窗成为一面会说话的魔法镜子

通过创新的多媒体互动橱窗成功抓取往来顾客眼球，提升顾客购物幸福感；商品的含义与诠释通过橱窗得到高效率的展示，为线下门店吸引更多客流；采用 85 寸高清透明屏，并通过虚实结合的视觉空间设计打造沉浸式体验；围绕年轻 TA 所关注话题为消费者打造优质内容，营造线下创新购物场景。



在打造线下新场景体验的同时，为了将产品更好的进行传播，
通过这一路径的串联，以趣味的方式将本期重磅产品的寓意植入消费者心智

核心亮点：

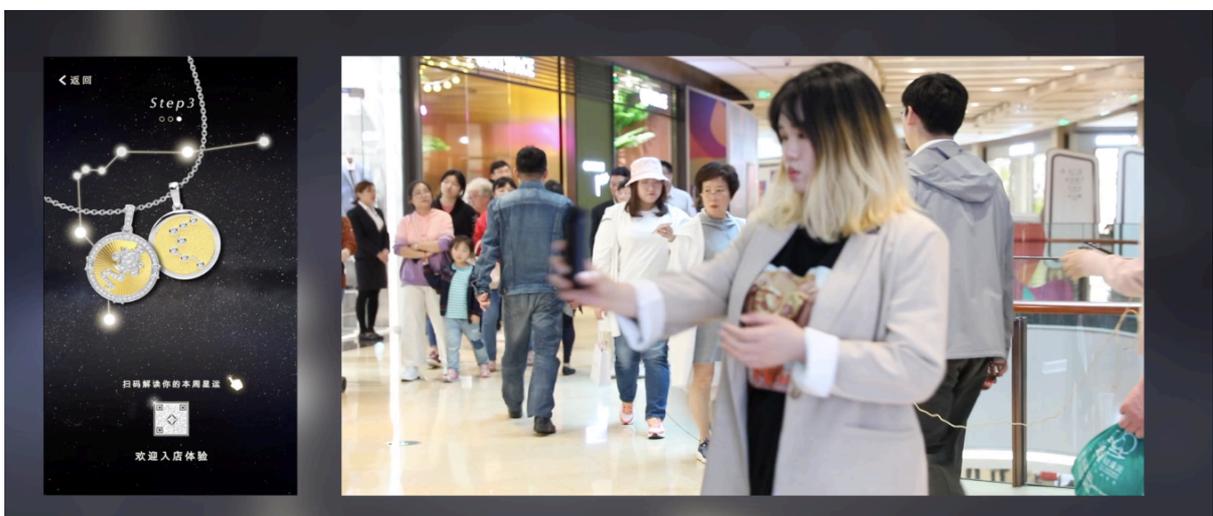
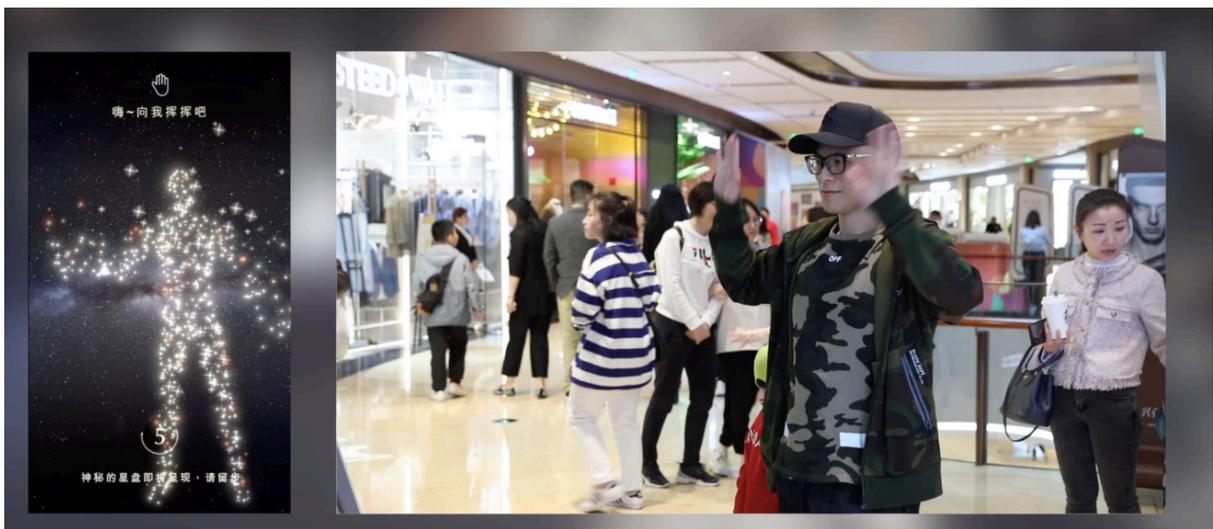
- 新手段：隔空识别替代触控点击；
- 新体验：颠覆式沉浸式购物体验；
- 新产品：85 寸超清透明屏打造沉浸空间；
- 新服务：提供星运解读更多服务。

执行过程/媒体表现

利用 Kinect 体感识别设备，运用 shader 人影粒子算法、人体识别、浮动触控等技术，快速吸引消费者眼球，并使 TA 停留下来寻找属于自己的【星运符】。



无人状态下，橱窗自动循环播放产品 TVC；顾客停留时，自动识别人体身型，顾客可与镜子中的自己打招呼；随后星盘开启，选择自己的星座；点亮专属星象图中的剩余三颗星，查看高清产品图，并可扫码进入官微体验线上更多星运解密服务。



我们通过“4 新”，使 TA 停留下来寻找属于自己的【星运符】，以趣味的方式将本期重磅产品的

寓意植入消费者心智，提升消费者对于品牌的好感度。

营销效果与市场反馈

活动期间，两个月内门店客流互动人数为 **7045 人次**，完整体验人数为 **1483 人次**。

Libert' aime by forevermark 决定将多媒体互动橱窗概念铺广至全国各家门店。

入店试戴人数提升 **73%**，店铺销量快速增长，对于 BA 的销售提供了强有力的帮助，获得 BA 的一致认可。

ForeverMark 全球总部 CEO 携众领导参观上海门店，获得集团高管们的高度赞赏。

