兰蔻抖音全年运营

广 告 主：兰蔻
所属行业：化妆品
执行时间：2019.03.31-12.31
参选类别：短视频营销类

营销背景

抖音作为时下现象级短视频社交平台，拥有广泛的使用人数和受众群体。著名的化妆品牌兰蔻本次决定入驻抖音，以借由平台效应推广信息。

兰蔻品牌本身具有一定的知名度，但是在抖音平台属于首次拓展，发展面临两个挑战：

1、如何在其他同类品牌很早布局的前提下，后来居上快速吸引粉丝，迅速提升自己的账号势能？

2、如何在抖音上做好每一波产品推广，建立自己的品牌特色，链接抖音平台的所有潜在消费者？

营销目标

品牌顺利立足抖音平台，传播品牌文化，建立口碑，为品牌积累粉丝。

建立契合抖音的玩法，提高品牌声量，帮助品牌带动产品销量。

策略与创意

因地制宜：帮助品牌创造优质抖音生态内容

短视频平台独特的生态体系，决定了以往在其他平台建立的经验不能照搬硬套，依据抖音用户的习惯进行创作，才能更好的加强品牌与抖音的联系。

产品挖掘：根据兰蔻产品优势定制传播重点

每种化妆品都有不同的 TA 人群，放在抖音上来说，即根据每一个特点都能创作出深入人心的视频。内容为王的抖音环境下，挖掘出产品的独特亮点，以视频的形式表达出来，才能更好的吸引消费者目光。

执行过程/媒体表现

一、强势曝光：数波 campaign 打出声量，人气明星引流造势

结合产品特点，热点，创造抖音“挑战赛”式话题，聚拢海量人气。

1、#持妆不假面# 贴合节气夏日脱妆车祸现场切入，通过多维度角度验证持妆的同时拥有完美妆效；

2、#20 秒磨皮上妆# 具象化快速并表现其优秀的妆效，场景化呈现 20 秒磨皮上妆；

3、#徒手撑大眼# 眼部痛点等多内容呈现，徒手撑大眼，妆的美不如真的美；

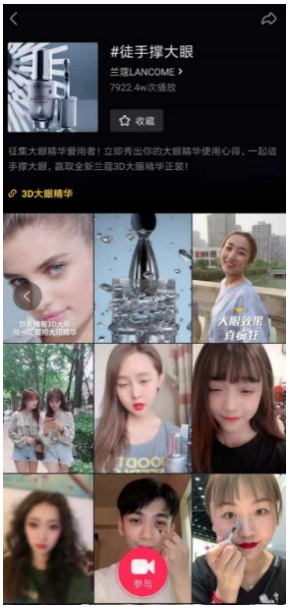
4、#兰蔻 618# 折扣信息最大曝光，不断的强调利益点与消费者成功建立链接；

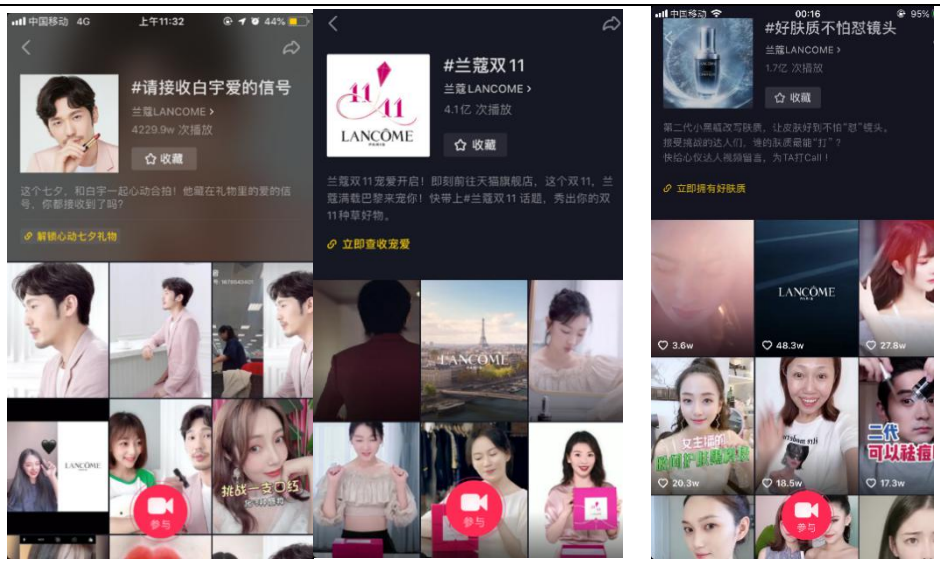
5、#人间小樱桃妆# 使用抖音贴纸，创造新奇云试色概念，打造低门槛多样玩法；

6、#请接受白宇爱的信号# 以明星白宇为种子视频，在七夕热点，建立和白宇心动合拍话题，收获粉丝流量；

7、#好肤质不怕怼镜头# 主打内容层面，从微生态到改善肤质，简单直白获得更好信息呈现；

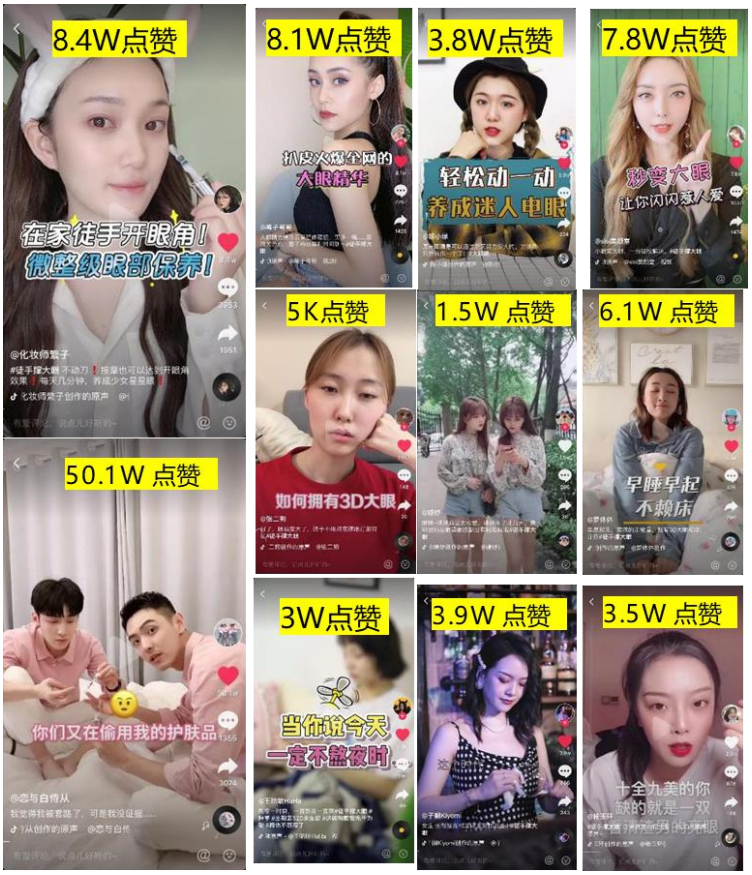
8、#兰蔻双 11# 种草+促销，双重导向戳中消费痛点。





二、生态内容：洞察抖音特色玩法，垂直导向高效吸粉

创意玩法魔性洗脑；教学评测种草分享；挑战赛+贴纸高曝光组合；眼见为实 VLOG 传播；头部 KOL 话题引导。

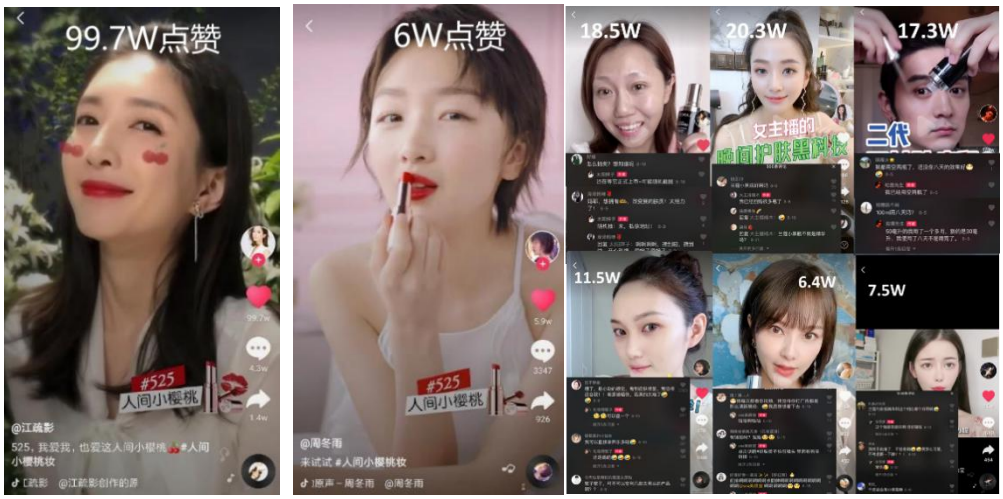


三、社群互动：评论区与用户建立良好互动

以社区运营模式，在抖音评论区开启互动，根据粉丝群体的特性，建立一套符合兰蔻的互动内容。

更好的加强了用户粘性。

营销效果与市场反馈

兰蔻抖音运营效果，获得了市场与品牌主的一致好评。

抖音官方平台粉丝数：从运营初期 3.1W 跨越至 55.8W，**同类国际品牌中粉丝数 TOP ；**抖音话题曝光率总计 **9.1 亿次，**平均话题浏览量 **1.2 亿次；**爆款视频超过 100 个。