

美图《女性颜究所》×丸美 #为 EYE 发电#

广告主：丸美

所属行业：美妆

执行时间：2019.09.10-09.30

参选类别：跨媒体整合类

营销背景

丸美 9.20 眼霜节之际，如何深度触达美图亿万级女性用户，提升年轻女性用户对品牌的认可度，助力丸美 920 眼霜节，最终促进用户购买成为最大的挑战？美图《女性颜究所》9 月开学季开启梦想季，联合首席冠名-丸美开展线上线下联动的“玩美星球”主题活动，鼓励女性发现自己的能量小宇宙，推开梦想任意门。

线上推出 5 款明星定制 AR，16 款明星授权的艺术师贴纸，美图秀秀社区话题#为 eye 发电#，DIY 创作电眼 H5 等多种互动玩法，并通过互动派发优惠券，引导用户到店消费。线下通过“玩美星球”主题活动，配合美图 AR 互动机、测肤魔镜带来 8000+ 的互动流量，为女性营销注入全新内核。最终实现品牌与年轻用户的情感共鸣、内容共筑和传播共振，品牌互动传播及效果传播双赢。

营销目标

通过线上趣味互动及高效曝光资源，线下《女性颜究所》“玩美星球”沉浸展，共同引爆 920 丸美眼霜节。

策略与创意

【策略】

- 1、引发关注：发布梦想情怀街访视频&星球海报；
- 2、强化认知：线上定制趣味互动体现产品功效、卖点，社交话题专属聚合；
- 3、夯实形象：线下杭州空降，快闪玩美星球；
- 4、导流消费：开屏硬广导流电商，倾力打造梦想生活。

【亮点】

- 1、高调预热：14 个品牌蓝 V 发布联名海报；跨界合作街电、大街网，预热造势；垂直社群姜茶茶广告行业群，引发热议。
- 2、深度互动：AR 专区曝光达 4 亿，刷新美图商业 AR 最高值；联合美图推出首款商业化明星贴纸，

吸睛聚合社区话题捆绑互动；手绘测试 H5 《内心深处的你》，画眼睛，测梦想人格，激发用户热情。

- 3、联名礼盒：跨界携手美图测肤仪，打造爆款礼盒。
- 4、强曝光：美颜相机 Big Day，打造第一视觉冲击感。

执行过程/媒体表现

【引发关注】发布梦想情怀街访视频&星球海报

《女性颜究所》预热素材深度露出，活动声量赋能，引发目标人群关注

美图秀秀社区话题#梦想合伙人#、梦想视频《你还记得自己曾经的梦想吗?》、梦想基因检测 H5 植入、品牌专属梦想星球海报蓝 V 联动、社群裂变传播



【强化认知】线上定制趣味互动体现产品功效、卖点，社交话题专属聚合

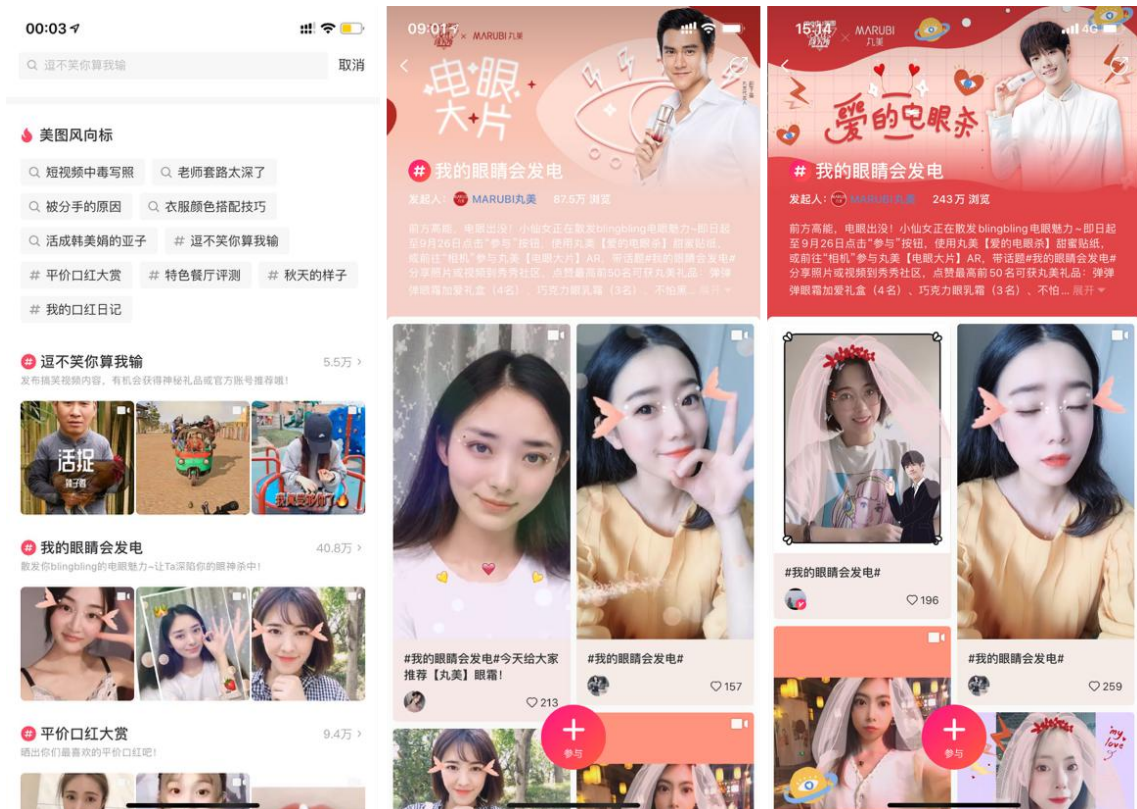
1、特开 AR 专区入口，流量入口必经之路，5 款 AR 眼镜不同睛采，平均每款 AR 点击完成率 433%，刷新美图商业合作 AR 最高值。【品牌篇】代言人彭于晏强势圈粉，【产品篇】特效展现不同产品功能点。最终，通过 AR banner 引流电商购买。



2、首款商业化明星贴纸，16 款高颜值专属丸美电眼贴纸，“丸美宠爱大使”施展加持充分调动互动热情。



3、话题捆绑互动：打造美图秀秀社区#我的眼睛会发电#话题专区，持续发酵活动主题。



4、手绘测试 H5 《内心深处的你》，画眼睛，测梦想人格，激发用户热情。



【夯实形象】线下杭州空降，快闪玩美星球

线下总冠“玩美星球”主题活动，限时 4 天亮相杭州，打造“丸美爱情充电站”，水晶球外观打造沉浸式场景体验，测肤魔镜圈粉无数，成为最受欢迎的互动装置。

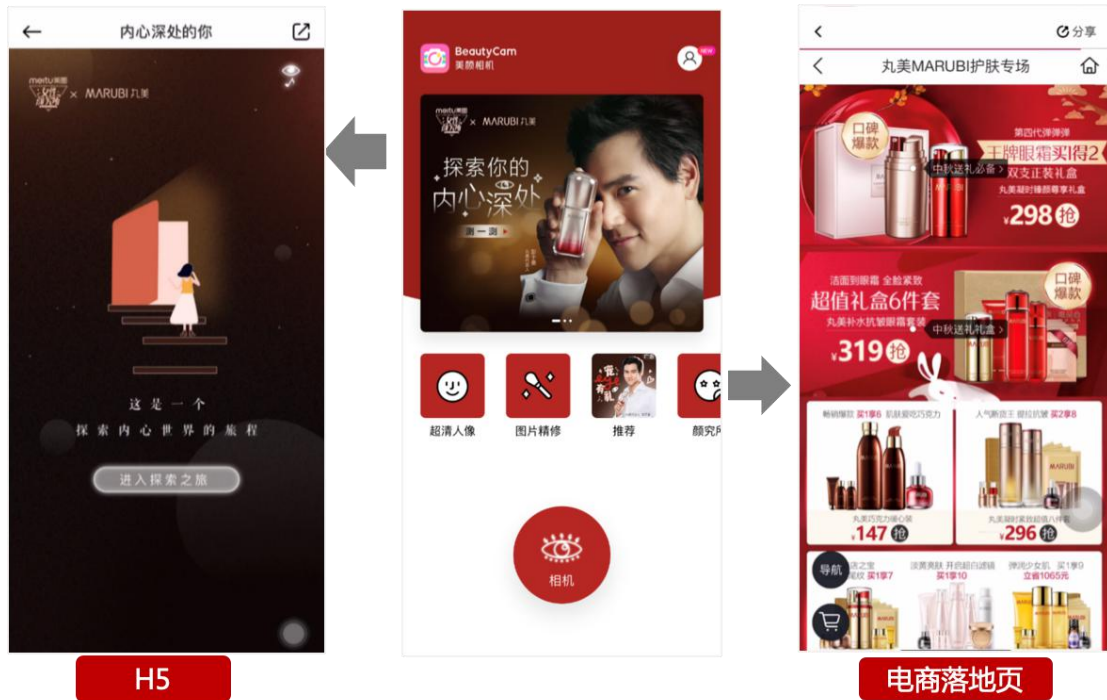


2, 打造丸美专属小课堂，头部 KOL 领衔互动分享眼霜 tips，增强用户与产品的互动。



【导流消费】开屏硬广导流电商，倾力打造梦想生活

美颜相机 Big Day，打造第一视觉冲击感，有效导流品牌电商页。



营销效果与市场反馈

曝光和引流双重效果显著，深度触达年轻女性用户，提升品牌好感度，有效助力丸美眼霜节。

- 1、整体实现了 8.4 亿的曝光量及 7800 万的点击量。
- 2、定制多互动,多维度沉浸式体验 本次 AR 共超 7550W 用户参与互动,秀秀社区话题超 153.6W 流量。
- 3、线上线下联动,杭州线下展馆人流量劲爆:现场人流量 10000+,互动升级,现场派样 400 份;其中参展观众的 55%对丸美爱情充电站印象最深刻。