

Dyson移动造型快闪沙龙路演

- ◆ 广告主：戴森Dyson
- ◆ 所属行业：快消
- ◆ 执行时间：2017.04.24-2017.06.30
- ◆ 参选类别：互动体验类

案例视频

请复制以下链接，粘贴到新浏览器里观看视频

http://v.youku.com/v_show/id_XMjg1NzI0NDQyMA==.html?spm=a2h3j.8428770.3416059.1

或者
扫一扫看视频



传播背景

- 新推出的dyson supersonic吹风机，2900元的售价让人望而生畏，需要突破价格带来的消费者心理壁垒；
- Dyson的营销策略是让消费者通过体验感受产品，驱动购买。但消费者在常规路演活动中，所体验到产品更多区隔性卖点有限，无法突破价格带来的心理壁垒；
- 消费升级的市场大背景下，需要挖掘年轻、具有购买力的都市女性升级的需求。

传播目标



- 寻找合适的消费者接触点，进行产品推广；
- 让消费者感受Dyson Supersonic高科技、神奇之处，驱动预定购买。

Insight :

产品主打“快干、呵护秀发、满足多样造型”。几大卖点中属于升级的需求、值得都市女性“斥巨资”的，无疑是“多样造型”。

消费者洞察

都市女性信赖朋友口碑，亲自体验后向朋友种草，转化效果好。

Strategy :

dyson × 東田造型

东田造型门店发布中国红限量版



合作全国dyson造型快闪沙龙



李东田合作拍摄造型视频



GQ合作体验快闪沙龙

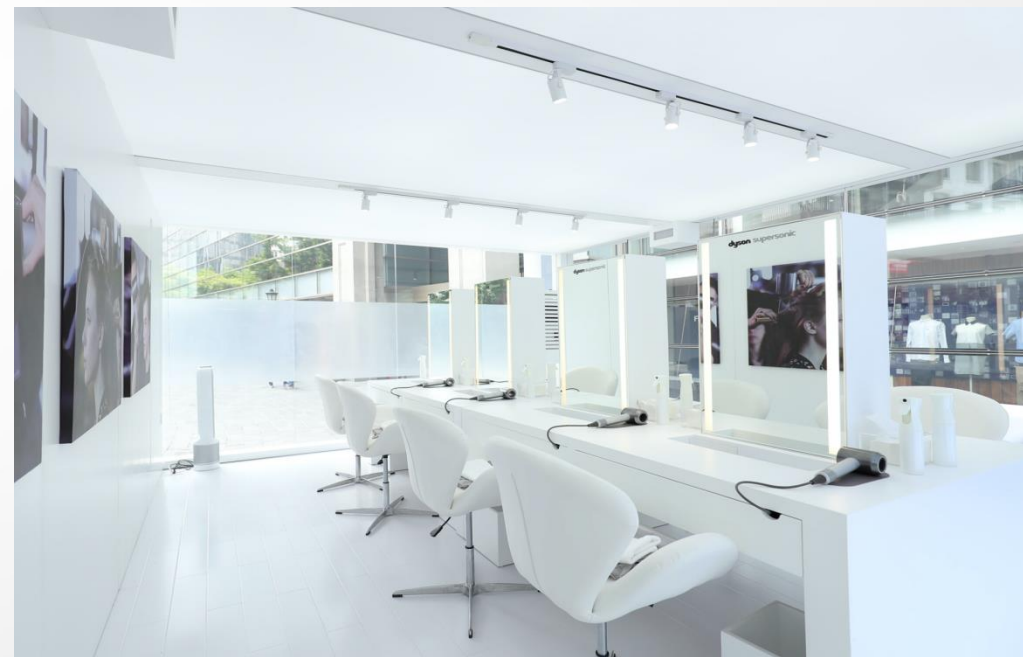


东田造型创始人李东田亲自视频示范dyson
打造时尚造型的卓越效果
素人发型30秒变潮人



落地都市地标，汇集潮人关注

快闪沙龙空降上海、成都、沈阳、天津等都市地标，汇集潮人关注，掀起戴森潮流风尚。



联手东田造型，突出产品体验



用户可以通过Dyson官方微信线上报名、现场预约等形式参与体验，每个城市各举办三天活动。造型师根据不同发型、发质，选择不同配件，过程中向体验者传达Dyson的独特之处，以及使用技巧，深度种草。

由来自东田造型的专业造型师，使用Dyson吹风机为体验者提供美发、造型服务。



外围AR体验，现场大片拍摄

设置戴森风尚大片拍摄区，用户可持Dyson产品、品牌宣言道具，由专业摄影师进行大片拍摄；





照片可立即通过AR装置，化身杂志封面、传输到手机，实现品牌扩散。





与GQ实验室合作，现场体验快闪沙龙；
使用dyson吹风机发型改造，打造潮流标杆影响力。



- 4个城市累计影响人数超过**100万**人，均为具有购买力、时尚尖端人群；
- 4个城市接待咨询人数超过**5万人**，其中**63%**表明有意向购买，人数达到**31500人**；
- 有**6800**多人参与大片拍摄并分享朋友圈，预计外围影响人数超过**13万人**。