

悦木之源&窦骁明星灵芝水探索之旅

- ◆ 广告主：悦木之源Origins
- ◆ 所属行业：美妆类
- ◆ 执行时间：2017.04.02-2017.04.15
- ◆ 参选类别：媒介整合类

案例视频

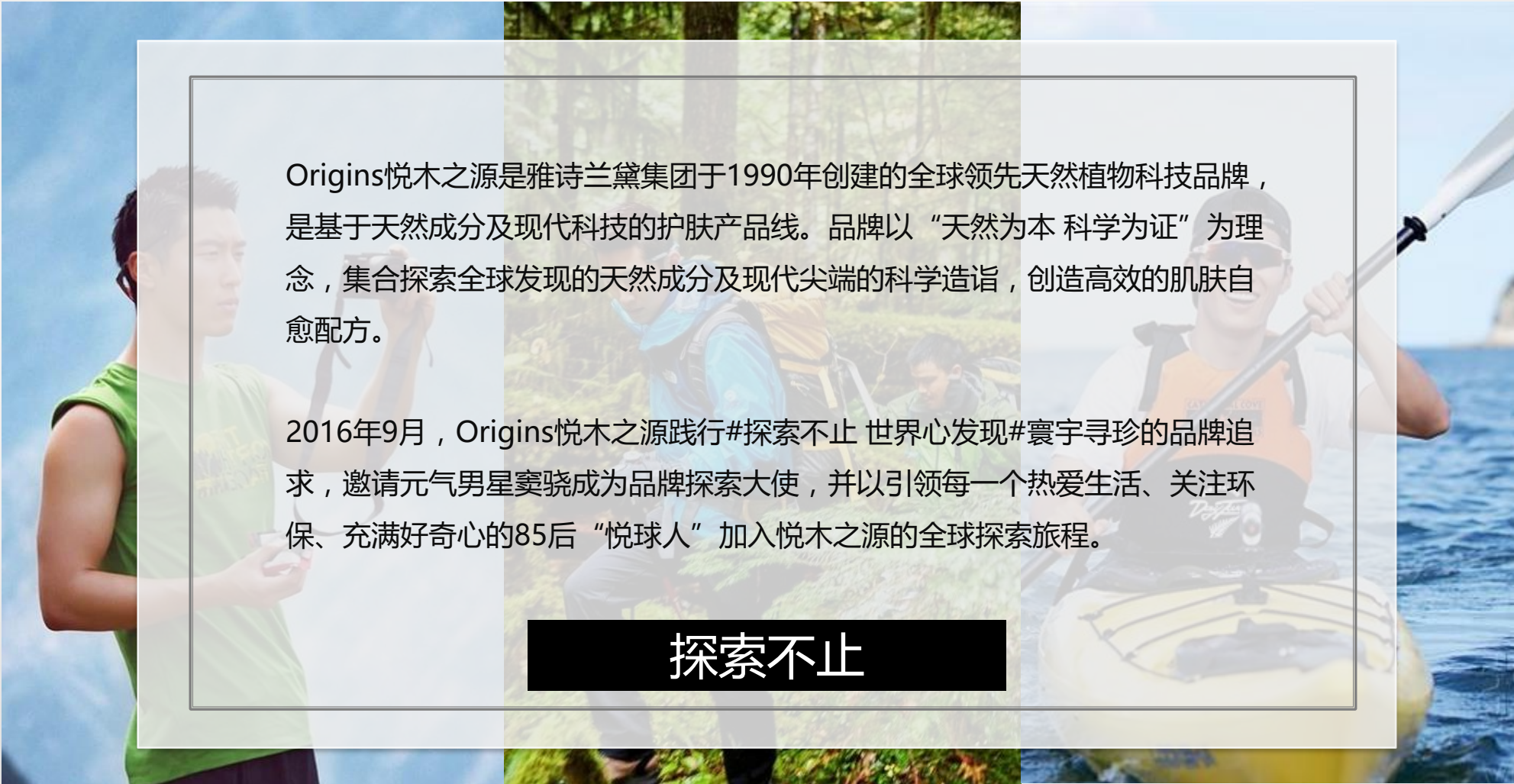
请复制以下链接，粘贴到新浏览器里观看视频

http://v.youku.com/v_show/id_XMjg1NDg1MTAzMg==.html?spm=a2hzp.8253869.0.0

或者
扫一扫看视频



传播背景



Origins悦木之源是雅诗兰黛集团于1990年创建的全球领先天然植物科技品牌，是基于天然成分及现代科技的护肤产品线。品牌以“天然为本 科学为证”为理念，集合探索全球发现的天然成分及现代尖端的科学造诣，创造高效的肌肤自愈配方。

2016年9月，Origins悦木之源践行#探索不止 世界心发现#寰宇寻珍的品牌追求，邀请元气男星窦骁成为品牌探索大使，并以引领每一个热爱生活、关注环保、充满好奇心的85后“悦球人”加入悦木之源的全球探索旅程。

探索不止

传播目标

- 通过品牌的探索精神在行业内的树立品牌特质；
- 通过品牌的探索精神让目标人群更加了解品牌，产生依赖性；
- 通过窦骁的精神特质拉伸品牌高度，在探索方面的坚持，进一步加强品牌的认可度与影响力。

Insight :

- 具有探索精神的85后，通常不愿意直接接受事物的结果，而是愿意亲自去探索、体验过程。
- 因此，比起告知悦木之源的探索理念，不如提供各种探索的途径、渠道，让他们亲自体验。

Strategy :

围绕“探索不止，世界心发现”品牌主张

开展品牌、代言人、产品、门店全方位的探索心发现

引领每一个喜欢Origins的“悦球人”加入悦木之源的全球探索旅程



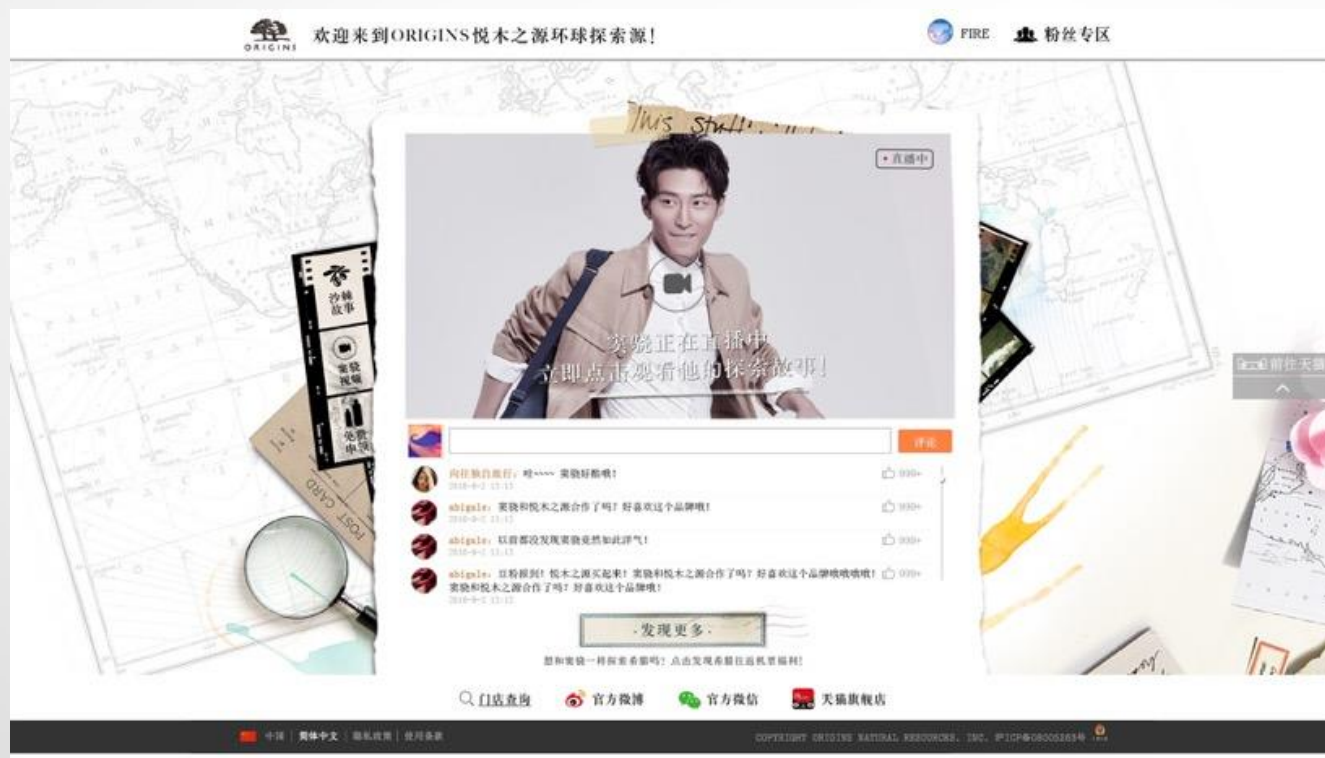
Step1 : 发布探索形象片-讲述品牌精神与窦骁的探索精神融合



广告投放，线上线下渠道播放的品牌视频，
讲述品牌探索的精神与窦骁的探索精神融合，
启发探索不止的概念。引发讨论关注。

Step2：搭建探索精神community site

积累明星、用户的探索成果，搭建品牌探索社交平台，承载探索相关内容，为品牌粉丝提供深度沟通交流的平台，实现品牌精神内容的沉淀。



Step3 : 携手MOBIKE摩拜单车开启一场全新的城市探索之旅

ORIGINS悦木之源携手MOBIKE摩拜单车，开启一场全新的城市探索之旅。上海北京广州，借助双方的力量，发扬绿色骑行探索精神。KOL、网红也参与门店探索，并直播过程。

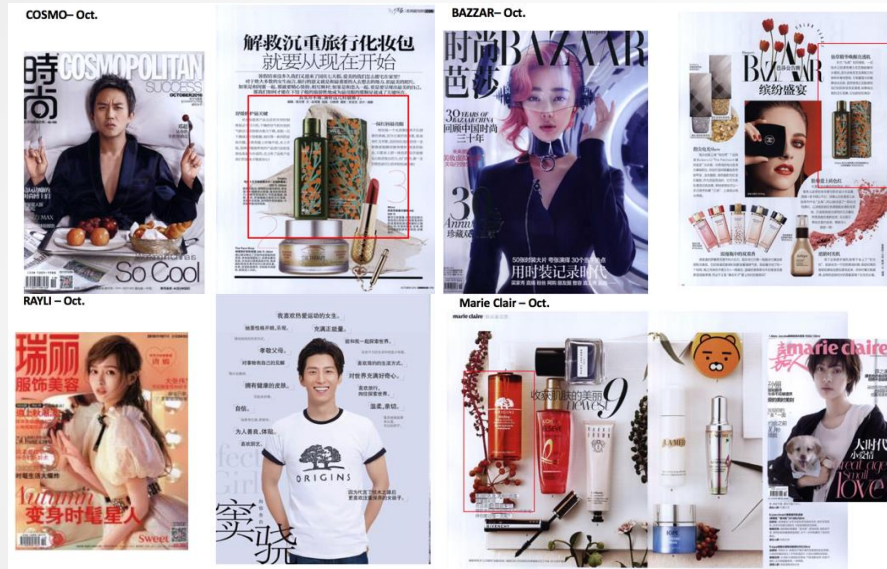


Step4：悦木之源&小红书合作

在小红书上发起灵芝水的100种妙用，邀请美妆kol以及优质的素人进行产品功能延展，丰富延展产品探索的理念。



Step5 : 多样化推广 : 悦木之源&各大媒体合作

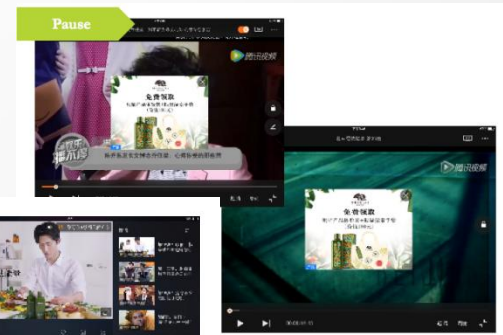


平面媒体



网络媒体

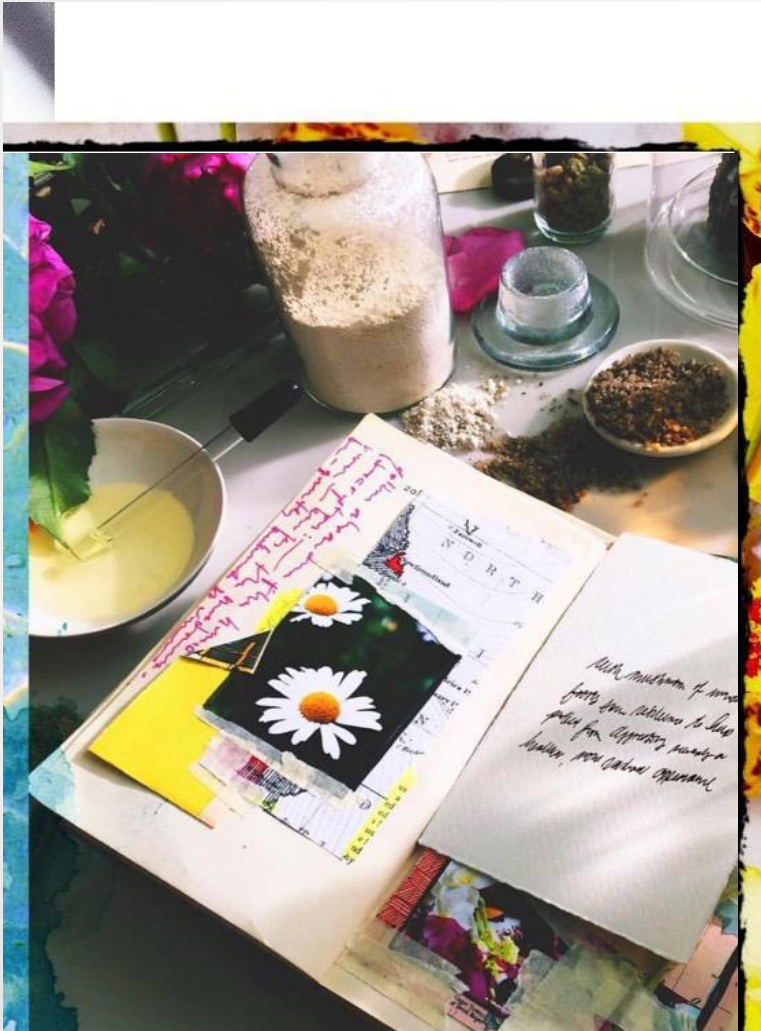
视频媒体合作
弹窗广告&OTV



Program Buy



猫眼APP



短短不到两个月的时间：

1. 项目曝光量高达**12亿+**
2. 收到了超过**18万**的leads数
3. 首次跨界与MOBIKE合作，以最少的预算，收到了超过30w的曝光量
4. 网红到店直播，在线观众超过**520W**，并且日销量超过平日里的三倍
5. 品牌销量增长**38%**

Origins悦木之源灵芝水最后的市场占比和销售贡献都有很明显的提升
无论在高端化妆品精华水类，还是集团内部都**跃居前茅**