

植物医生我是表情女王推广

- ◆ 广告主：植物医生
- ◆ 所属行业：美妆
- ◆ 执行时间：2017.08.15-至今
- ◆ 参选类别：内容营销类

8月，植物医生石斛兰仙草系列新上市 石斛兰仙草系列主打去除细纹，焕活青春

——高山石斛兰特性，富含特殊环境下的植物活性元素，给予肌肤强韧的生命力，预防肌肤氧化带来的第一道细纹。



竞争激烈的中国抗衰市场

LA MER

CLARINS

SK-II
#changedestiny

SHISEIDO
GINZA TOKYO

L'OCCITANE
EN PROVENCE



国外大牌抗衰型护肤品抢滩中国市场，以植物为品牌主打的本土品牌也强势围堵，中国女性在抗衰（除皱）型护肤品面临诸多选择。

抗衰需求，是一个溢价能力强，但竞争也非常饱和的市场。

传播目标



- 为新品建立品牌认知度
- 在消费者心中形成记忆

抓住 [表情纹] ，开始 “表情文章”



我们将 [细纹] 具体化，从年轻女性拥有直接体验的表情纹入手，开始我们的创意。年轻的女孩们，每天重复着多次表情，开心的笑、伤心的哭、烦恼的皱眉.....只要做表情，脸上很多地方都会出现表情纹。洞察年轻女性想要尽情表达自己，但又害怕细纹产生，从表情纹切入，用“表情”做文章，和年轻女性沟通。

玩透“表情” 第一步：

挑战表情女王freestyle H5



创意的3个重点：

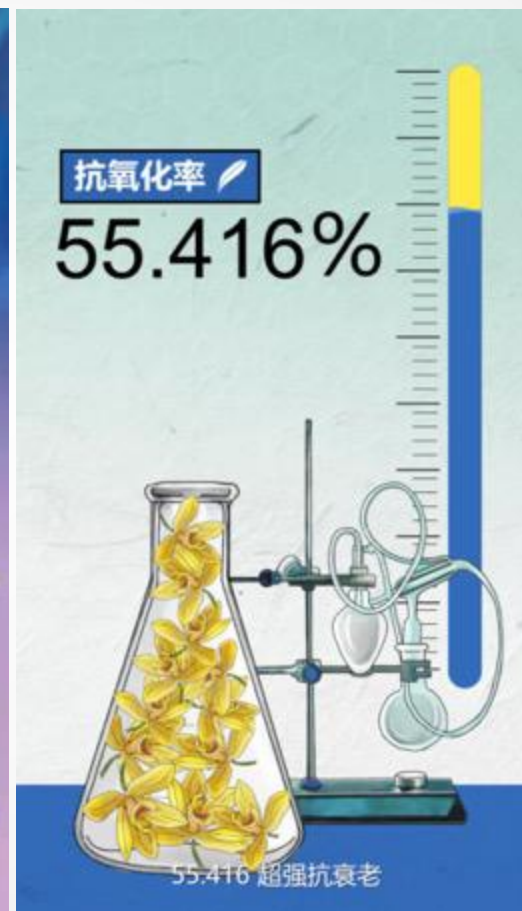
- 1、freestyle
- 2、谭松韵表情包
- 3、生成自己的表情包



利用时下热点“freestyle”做**捆绑式创意**，H5引导动画以石斛兰的女王使用历史为说唱音乐创作的内容基础。MV动画突出古代女王们的表情反差萌，传达“**要表情，不要表情纹**”的沟通主张。石斛兰仙草系列产品软植入其中，用有趣的安利，和说唱音乐freestyle的演绎把理性卖点讲得清楚。



扫码玩H5



H5的互动机制设计简单，旨在用逗乐、萌趣的表情包吸引年轻女性。消费者可以生成属于自己的表情包——现代社交已离不开表情包，用户的表情包自传播更有利于在碎片化、浅阅读的今天将品牌信息渗透到消费者的认知和理解里。



案例视频

请复制以下链接,粘贴到新浏览器页面里观看视频

玩透“表情”第二步：

我是表情女王TVC

<http://t.cn/RpwSi7k>

<http://t.cn/RpwSr1w>

<http://t.cn/RpwoVgw>

或者

扫一扫看视频



用幽默的方式表达问题，用理性的方式解决问题

TVC用夸张的反打手法，通过女生害怕细纹产生从而不做表情的状态演绎，以及女生日常的场景经历设置，用没有表情的极端表达去放大戏剧冲突，用幽默的方式表达问题。

理性的RTB部分形成对比，用理性的方式解决问题，和幽默的表演串联成 [提出问题——解决问题] 的完整逻辑。



玩透“表情”第三步：

[表情丢失] 朋友圈广告投放



继续强化“表情”，创意借谭松韵“表情丢失”这一点来吸引朋友圈广告点击，观看TVC，进一步强化产品使用手法，给到产品优惠，引流至门店。



据研究，减少面部表情有助于延缓细纹出现
所以，这就是谭松韵面无表情的真相吗



但，靠控制表情不让细纹萌芽真的现实吗？

植物医生石斛兰仙草系列
高山石斛兰精华

3步提拉
有效减少细纹



- H5经自媒体传播投放，联动品牌会员群，**上线3天，总点击量超28万，线下成交促成超4000单，销售额破250万。**
-
- TVC一期做电视广告投放，电视贴片随《那年花开月正圆》剧播拥有强效曝光，TVC的**每日曝光量超1700万。**
- 与此同时，央视领衔，上海、广东、青海、中国教育电视台、湖南等7大电视台电视广告投放，TVC**每日曝光量超4.66亿。**
-
- 朋友圈广告全国投放，精准植物医生门店商圈，**总曝光量超1013万。**