

玩转后半夜营销，雪花秀睡眠打卡活动

- ◆ 广告主：雪花秀
- ◆ 所属行业：化妆品类
- ◆ 执行时间：2017.05.05-05.14
- ◆ 参选类别：创意类

• 市场背景

现代城市的快节奏和社会责任高压下，**年轻女性的生活压力日益加大**。她们越来越难留出足够的时间呵护自己、保养自己，甚至**睡上一个好觉都显得弥足珍贵**。然而对于女性来说，**睡眠的时间与养颜一直是密不可分的**，“睡个美容觉”也是广大女性的共识。“没时间”、“缺觉”是年轻女性的生活现状，也是她们成为“初老族”的始作俑者。

此外，在目前的营销领域中，**还尚未有一家媒体或平台，可以真正有效的运用到用户的睡眠时间，这个领域的营销模式正在等待被开发、创新。**

• 客户品牌背景

雪花秀(Sulwhasoo)是韩国高端草本护肤品牌。50年间，雪花秀一直致力于将传统古法和现代技术结合，研发出诸多经典的修护抗老化护肤产品。

17年5月，雪花秀全新推出一款护肤新品——“凝脂玉面膜”。该产品锁定18-35岁女性人群，是一款主打“睡眠时吸附肌肤污垢，修复受损肌肤，达到美颜护肤功效”的睡眠面膜。

助推新品曝光，渗透产品功效，提升品牌美誉度，吸引受众至线下专柜。

1) 创新营销模式：营销模式的创新及行业影响力等（是否为行业首次）

2) 新品的传播效果：品牌活动整体曝光度（千万级以上）、互动活动参与度（10万+参与人数）、广告总点击（80W+）、销售线索Leads数（4000个+）等。

3) 用户对于品牌的认知度：如用户主动搜索品牌关键词的占比增长等（较投放前期，用户对#雪花秀#、#凝脂玉面膜#等关键词，主动搜索的增长比数据。 ）。

- **洞察**：年轻女性的生活压力日益加大，她们越来越难留出足够的时间呵护自己、保养自己，甚至睡上一个“美容觉”都显得弥足珍贵。我们希望采取一种方式来建立“凝脂玉面膜”与睡眠场景的强关联度，增强“睡眠使用凝脂玉面膜”的使用场景记忆点，同时向社会传递呵护女性的正能量。
- **策略**：“休息一下，睡个美容觉吧”，凝脂玉面膜关爱你的睡眠，从内（充足睡眠）由外（睡前面膜）为你的美容保驾护航。以#睡个美容觉#为切入点，将“睡美容觉”的人群洞察和小米手环热门功能“睡眠监测”相结合，为雪花秀定制首个基于硬件黑科技的“睡眠营销”，督促TA养成良好的睡眠习惯，并提醒TA在睡前使用雪花秀玉面膜。



为了建立雪花秀凝脂玉面膜与睡眠场景的强关联度，增强“睡前使用凝脂玉面膜”的使用场景记忆点。小米选择以全球智能穿戴设备销量第一的小米手环和小米运动APP，作为此次营销活动的核心媒介。它是小米可穿戴手环设备的移动管理应用、“米粉运动健康管家助手”。

2016年，小米手环收集到近10亿条睡眠数据。68%的手环用户通过小米运动查看睡眠数据，其中女性用户约880万。睡眠监测的服务为小米7X24小时的覆盖用户场景，建立了闭环。



“小米运动APP”

唯一一款软件与硬件结合的运动健康应用



监测睡眠功能

关联手环，监测睡眠时长及深度睡眠时长，评测用户睡眠质量

深入睡眠场景

关注睡眠质量

引发广泛关注

建立品牌与用户连接



以活动渗透品牌理念



提升品牌及新品知名度

小米手环+小米运动APP
深入用户睡眠场景



搭建“睡眠打卡”活动
唤起用户对睡眠关注



黄金资源推广
扩大声量，提升新品知名度



1- 软硬件联动，科技助力睡眠营销



用户通过小米运动App入口，开启属于自己的“美颜睡眠计划”。

报名参与当天，用户佩戴的小米手环将开始读取并记录每日睡眠数据。10天活动期内，参与用户睡眠单日满足7小时累计超过3天的，即可获得丰厚奖励。

2- “美颜睡眠计划”，首个睡眠场景营销

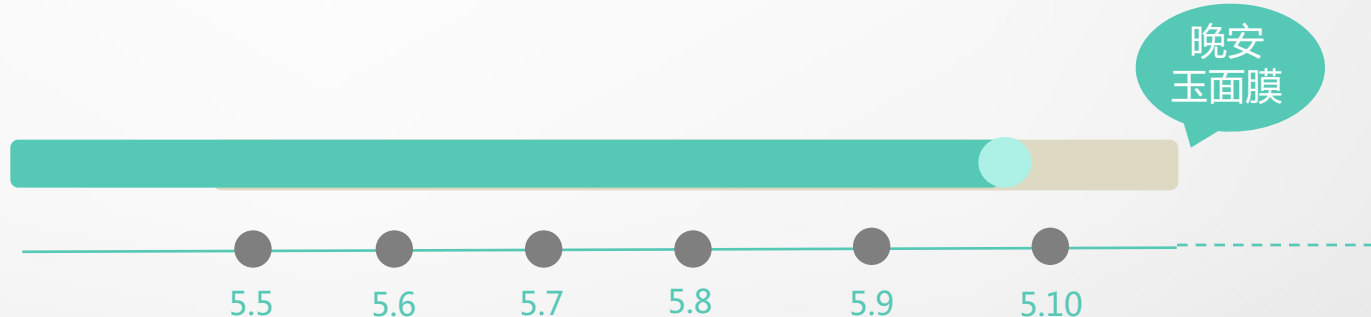


养成式互动，拉升用户粘性

连续10天睡眠7小时打卡，更新用户参与度

互动界面带入原生广告

贴心提醒用户使用凝脂玉面膜帮助睡眠养颜。



* 活动页每日更新用户前一天的睡眠时长数据，及时告知用户当前睡眠时长是否达。如受未达标，则告知差值，鼓励用户当天睡足时长。

3- 优质资源流量聚合，助力精准索客

小米运动APP开屏等资源



小米黄金社群入口



新品广宣效果突出

- 1- 小米手机用户通过手机浏览器主动搜索#凝脂玉面膜#关键词，较传播活动前增长高达**550%**。
- 2- 传播活动品牌**总曝光达3465万+**，总点击量**103万+**、平均点击率（CTR）为**3%**，峰值高达**6.3%**。
- 3- #美颜睡眠计划#**活动累计参与11万+人次**，是预估KPI的**110%**。
- 4- 活动索客收集的**Leads数达5488个**，是预估KPI的**137%**。

（以上数据来源：代理公司后台数据）

品牌关注度的效果提升明显

1- 小米手机用户通过手机浏览器主动搜索#雪花秀#关键词，较传播活动前增长达**185%**。（数据来源：代理公司后台数据）

2- 活动上线前，雪花秀等韩国外资品牌均面临品牌低谷期。传播活动开始后（5月5-14日），局面首次出现转机，相较于某韩国知名化妆品品牌的坐以待毙，雪花秀品牌的关注度逐渐与竞品拉开距离，成双位数增长。

（数据来源：4月-7月中旬微信指数关键词对比）



创新营销模式受行业追捧

传播活动利用小米特有的软硬件优势及场景营销

, 成功打造了全网首个用户“睡眠场景营销”, 受到了行业的广泛关注及媒体的主动传播邀约。



雪花秀#小米

2017中国数字营销最具影响力案例

※ 效果摘要: 收集Leads数5488个, 超出预估KPI的37%。

- ◆ 服务商: 小米营销
- ◆ 广告主: 雪花秀
- ◆ 主题: 雪花秀喊你睡眠打卡, “后半夜”也能玩营销!

案例详细介绍如下:

案例一

案例推荐

服务商: 小米营销
广告主: 雪花秀
主题: 雪花秀喊你睡眠打卡, “后半夜”也能玩营销!

嗨~

- #上班打卡#, 升职加薪!
- #读书打卡#, 涨涨姿势!
- #跑步打卡#, 强身健体!

今年5月, 韩国高端草本护肤品牌“雪花秀”推出了全新产品“凝脂玉面膜”, 主打“睡眠时吸附肌肤污垢、修复受损肌肤”功能, 简直就是为“美容觉”量身打造! 为了令更多的姐妹通过美容觉“颜值加分”, 雪花秀牵手小米, 打造了一场#打卡睡个美容觉#的营销活动, 呵护睡眠肌肤, 开启互联网首个“睡眠场景营销”, 让营销也能玩转后半夜!

“小米运动APP”
唯一一款软件与硬件结合的运动健康应用