

兰蔻鬼怪色口红微博营销

- ◆ 广告主：兰蔻
- ◆ 所属行业：美妆
- ◆ 执行时间：2016.12.31
- ◆ 参选类别：内容营销类



Top
Mobile
Awards

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

<http://player.youku.com/player.php/sid/XMjk3MDg5OTQ1Ng==/v.swf>



项目背景

新品上市
“鬼怪”女主同款

项目目标

曝光/声量
销售转化

图片来源：时尚COSMOPOLITAN》

LANCÔME
PARIS

“鬼怪” & 女主 在微博有多热？

#孤独又灿烂的神-鬼怪# 阅读量 24.4亿



韩剧「鬼怪」刷屏式效应 **热度不减**
鬼怪新娘「金高银」 **人气爆棚**，治愈笑容揽获一票粉丝

🔍 金高银

博文女主提及量71.7万+

#金高银#超级话题 阅读量 20.9亿

高颜值「鬼怪」 &女主金高银热度

打造品牌 #鬼怪色口红# 热点氛围

吸引剧集粉丝关注

有效将其沉淀为品牌粉丝

策略



COSMOPOLITAN



12.31#鬼怪色口红#微博网友社交路径覆盖 兰蔻完美借势，品牌声量最大化

浏览博文



品牌速递

刷热点



“金高银”关键词



实时热搜榜页榜单



发现页实时热搜榜

参与讨论



品牌话题页

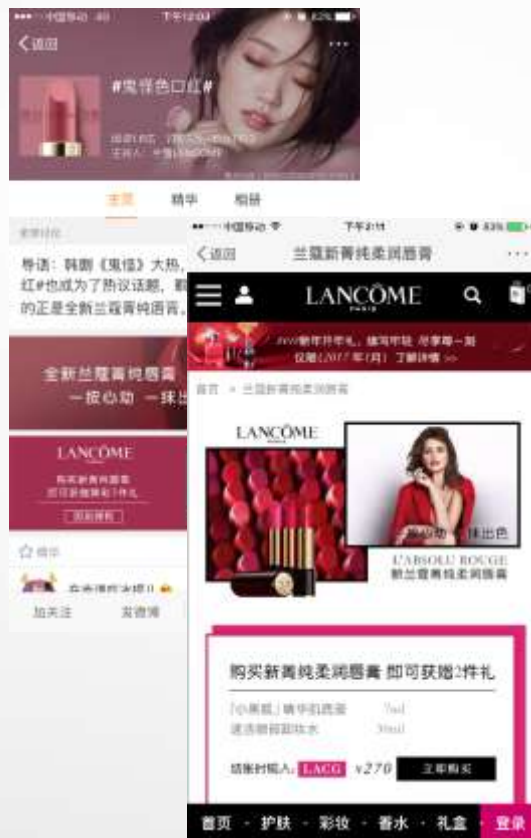


#鬼怪#话题品牌博文置顶

品牌速递活动前置-金高银同款色号众望所盼，聚焦曝光



#鬼怪色口红#话题页



兰蔻官网

2875万次 曝光，全网受众高效触达
254% 超额完成互动KPI
(Benchmark : 0.86%)

「金高银」关键词-集中剧集周播时段上线，引发搜索热潮



37.3万次 用户主动搜索「金高银」关键词

- 品牌信息多重曝光
- 关键词「金高银」与#鬼怪色口红#强关联，加深受众品牌印象

#鬼怪色口红#热搜榜-#鬼怪色口红#趁势占领热搜榜，制造全网热搜氛围

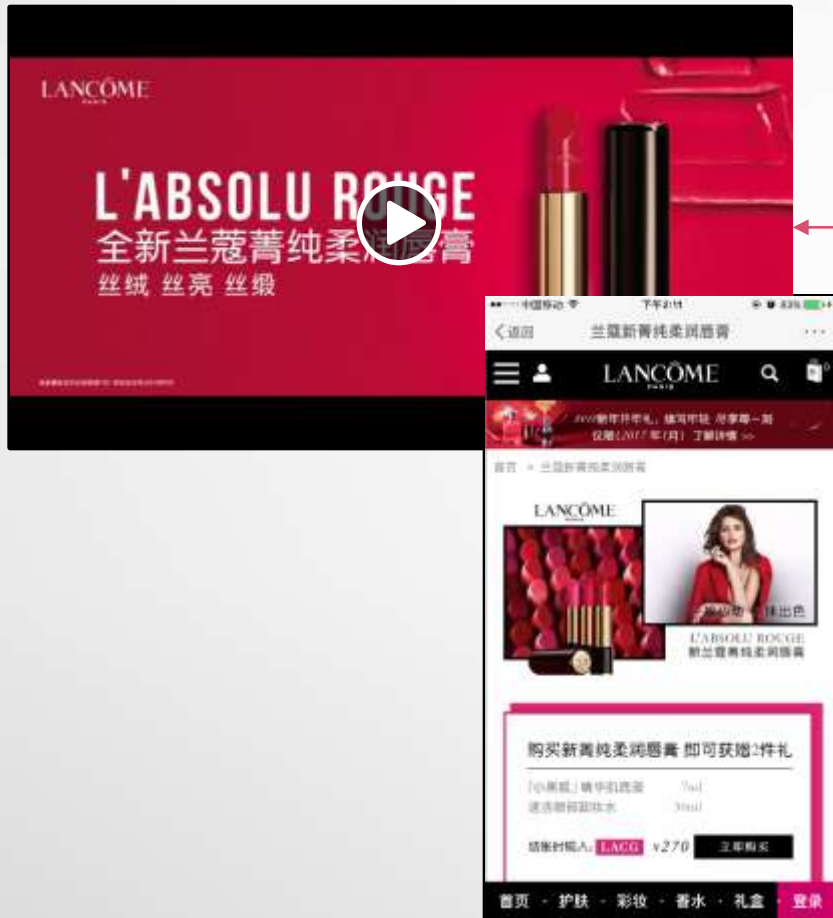
发现页实时热搜榜 实时热搜榜页榜单 搜索结果页



3834万次 曝光，吸引受众搜索点击
 搜索结果页曝光率高达**3.8%**
 超出Benchmark**4.35倍**
 (Benchmark : 0.86%)

#鬼怪色口红#话题-受众舆论集中承载，打造品宣第一阵地

品牌TVC



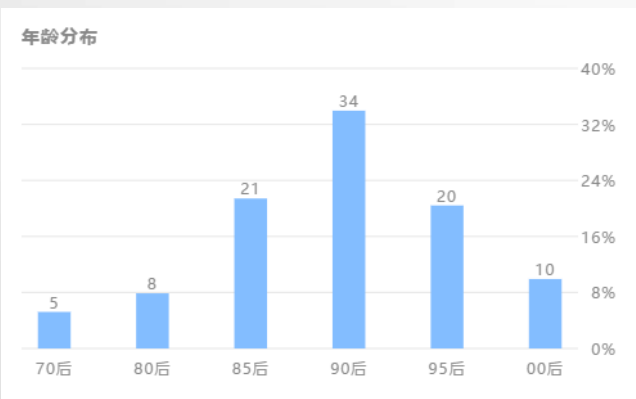
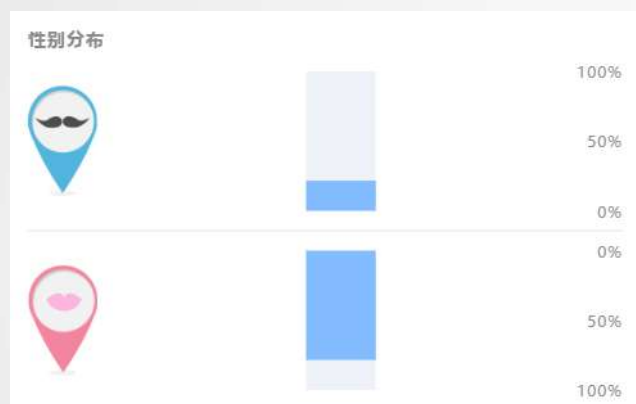
1.6亿

#鬼怪色口红#
话题累计阅读

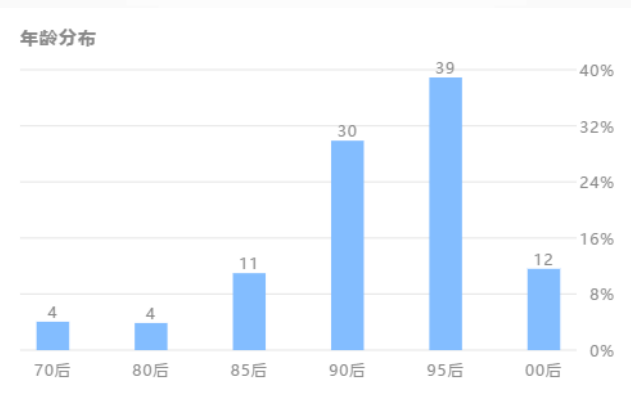
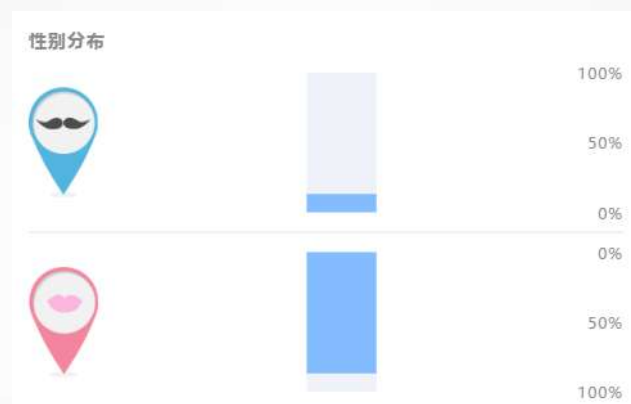
2万

#鬼怪色口红#
话题累计讨论

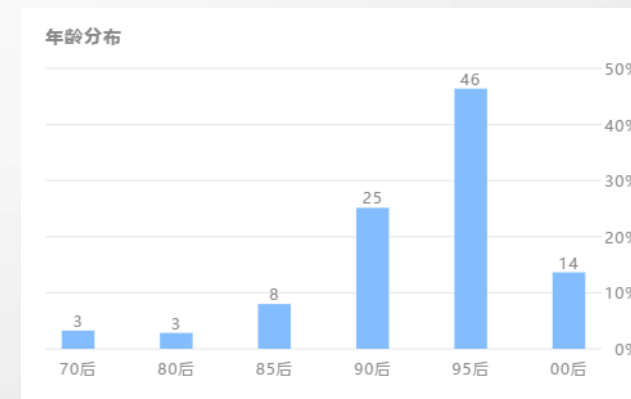
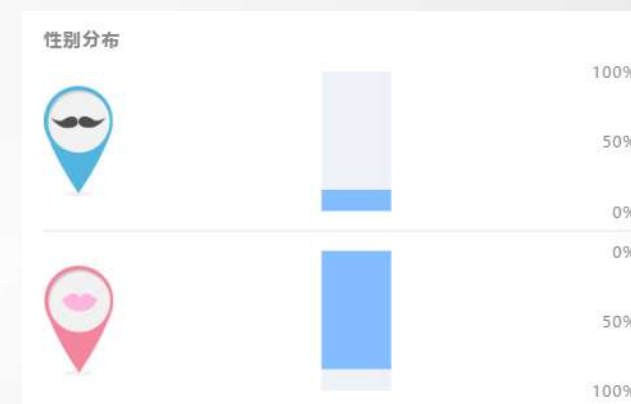
鬼怪色口红受众群体更加年轻化，与鬼怪女主金高银粉丝受众贴合度高



@兰蔻 官微粉丝性别/年龄

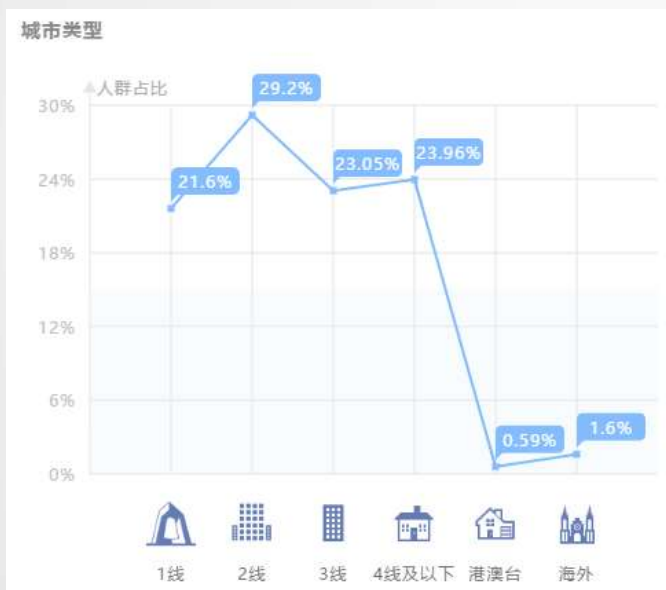


提及“鬼怪色口红” 用户性别/年龄

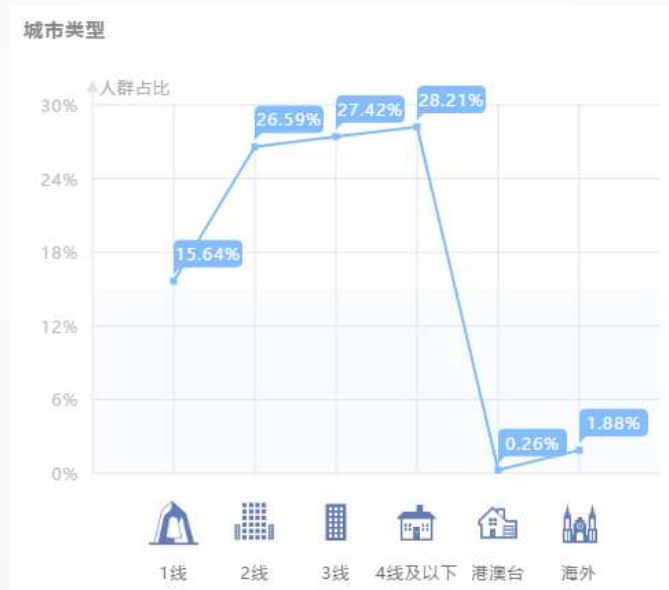


提及“金高银” 用户性别/年龄

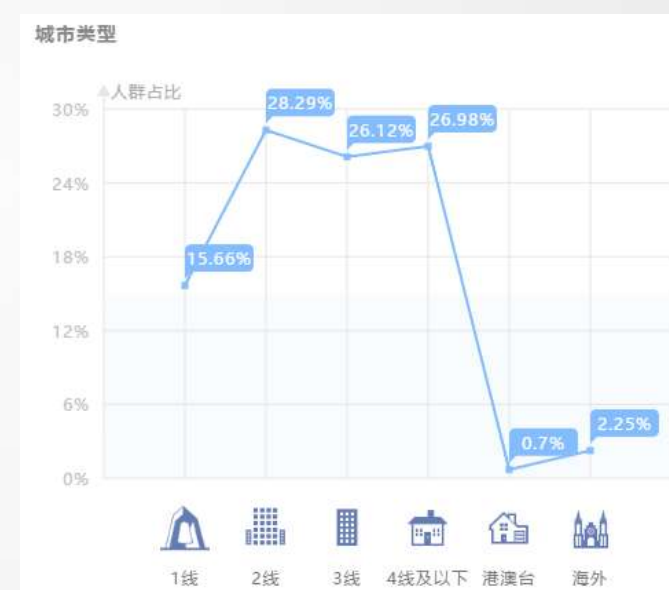
受众主要集中在二线城市，三四线用户潜力巨大



@兰蔻 官微粉丝城市类型分布

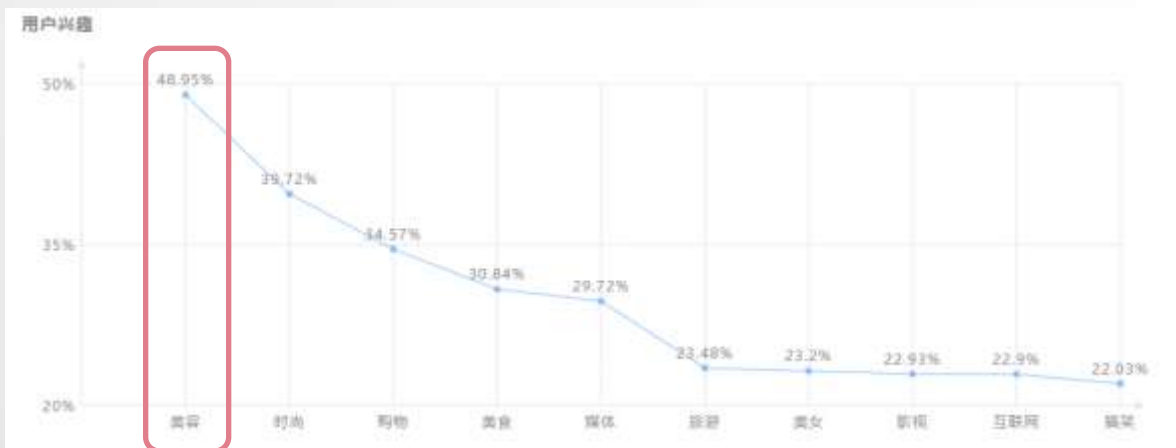


提及“鬼怪色口红” 用户城市类型分布

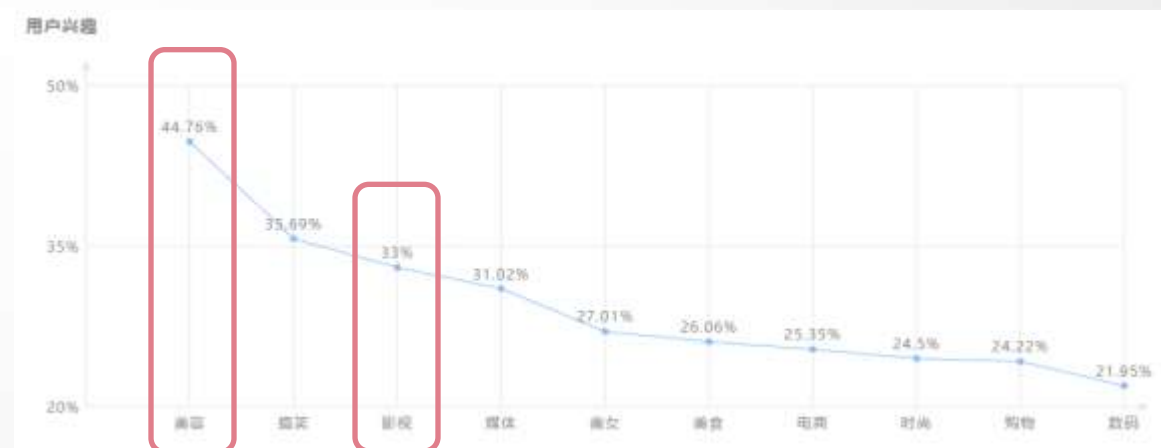


提及“金高银” 用户城市类型分布

受众偏爱美容领域，鬼怪色口红受众关注影视内容，「鬼怪」借势正中好



@兰蔻 官微粉丝兴趣偏好



提及“鬼怪色口红” 用户兴趣偏好


鬼怪色口红实力绑定鬼怪女主“金高银”，明星同款引发290色号售罄

鬼怪色口红微博印象



金高银微博印象





L'Absolu Rouge
兰蔻新菁纯柔润唇膏

★★★★★ 27条评论

购买新菁纯柔润唇膏，即可获赠2件礼。结账时输入：LACG
购买#07和#290色号将会统一1月11号发货

法国玫瑰之父为兰蔻培育出「专属的」兰蔻玫瑰。

[查看更多](#)

[查看所有色号](#)

#290 (丝绒) 诗

¥270

到货通知

❤ 添加到我的收藏夹 | 分享

售罄

话题整体词云-热剧/明星/品牌通通上榜，完美借势推动品牌声量爆棚



序号	词语	频次
1	鬼怪	13682
2	口红	13682
3	微博	13351
4	金高银	2366
5	唇膏	2197
6	豆沙	1832
7	兰蔻	1680
8	韩剧	1582
9	热门	1548
10	新娘	1109

话题口碑：金高银同款色号引发网友热议追捧，男二色号意外走红

超喜欢东旭的唇色

31%

求告知口红色号

26%

趁机打广告

15%

通过口红知道了一部剧

12%

不要跟风

9%

其他

7%

“鬼怪色口红”关键词舆情-正面舆情过半，网友表示对产品喜爱有加



正面占比 51%



负面占比 4%