



来这里



逛新品

2020巴黎欧莱雅×天猫小黑盒 玩转行业首次AR云发布

- 品牌名称：巴黎欧莱雅
- 所属行业：美妆行业
- 执行时间：2020.02.10-04.20
- 参选类别：电商营销类



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

<https://v.qq.com/x/page/k3152it4zs9.html>

或者
扫一扫看视频





项目背景

- 2020年疫情来袭，基于疫情环境下，消费者开始往网络化发展，**「云营销」**正处于加速发展时期，大众对其关注度也不断上升，各大品牌通过云营销的形式也收获了不少的声量以及销量。
- 2019年淘宝天猫平台“美容护肤/美体/精油”类目下三级细分品类中，基础面部护理品类中面膜与面部精华成交额更高，其中面部精华2019年交易额达189.08亿元，相比2018年**增长58.1%**，冲击面膜市场地位。
*数据来源于《2020年国货美妆发展趋势报告》
- **“抗老”**横行，精华品类因深入高效、滋养及修复功效强，不停撩动年轻人。抗衰市场持续**高速增长**，带动精华消费不断升级。
*数据来源于阿里妈妈《四大行业消费趋势：重读消费者》



营销目标



- **小黑盒平台新品销量成为同品类NO.1**
在电商渠道，声量与销量并行而生，相辅相成
- **玩转当红「云」营销，利用专业人士与明星流量结合天猫小黑盒IP，刷新品牌直播间观看量**
明星、专业人士与当红电商IP共同造势，打造明星爆品
- **传递品牌态度，塑造品牌形象**
能延续品牌传统，传达独一份的品牌态度
- **使产品的王牌成分以及卓效抗皱的理念深入人心**
视黄醇、玻色因、玻尿酸、积雪草四大王牌成分，一抹逆转时光

项目挑战

➤ 如何在疫情期间使新品销量与声量**最大化**?

环境的影响使产品的营销推广受到一定限制

➤ 如何将逆时瓶打造成天猫爆品、并成为**美妆、护肤品类**的**NO.1**?

美妆护肤品类竞争激烈，如何在众多竞品中脱颖而出

➤ 如何玩转「云营销」，**如何做出差异化**?

线上营销处于大热阶段，如何才能做出新意



目标受众

TA画像

25岁-45岁人群



- 工作繁忙的TA，因长期对着电脑、熬夜、饮食不规律等情况，极易产生皱纹。
- TA们对于护肤的选择变得更加精准化，更多的把关注点放到成分、有效、感受等较为实际的方面。
- 在这个碎片化的时代，直播营销的形式广受TA们的追捧。
- 小黑盒作为众多新品的首发地，有着一批喜欢新鲜事物的忠实消费者。



疫情当下
怎么样的

“**云营销**”

才能吸引消费者



核心策略

➤ 趣味性「云营销」

利用自带流量的品牌zone阵地，打造线上“皱纹研究所”，带给消费者真实体验感

➤ 独一无二的「云营销」形式

打造首次新品云派对，明星以及专业人士（丁香医生、产品研发经理）为新品发声，
打造首次百城万人小黑盒AR云开盒

➤ 最IN的「云营销」平台—天猫小黑盒

天猫小黑盒作为新一代线上平台，拥有一批忠实的消费者。



沉浸式 「云」 互动

在这个不能出门遛弯的环境下，为消费者提供“真实的”消费体验



核心策略

点击观看案例视频

<https://v.qq.com/x/page/k3152it4zs9.html>

首创**云端产品体验空间沉浸式科学探秘H5**

利用淘宝品牌ZONE阵地，联动站外传播与店铺私域，开启互动型的内容营销。

首次**小黑盒新品云发布会**

疫情期间另辟蹊径，开启了线上云派对的全新营销手段！为品牌赋能，也让这场“新品大赏”更具趣味性。

首次**百城万人AR云开盒，开启交互新体验**

全新的科技感线上营销形式，为品牌带来声量和销量的双重爆发。

利用明星天然的**关注度和榜样力量**，拓展出一条新的与更多年轻消费者沟通的渠道，让他们看到欧莱雅的**品牌态度**。

这次陈数、蓝盈莹、宋轶三位明星也分别代表了不同的年龄层，以此来拓展品牌影响范围。

创意执行 明星直发KV，预热造势

朱一龙/陈数/蓝盈莹/宋轶明星悬疑海报造势，强势曝光&点爆销量



创意执行

云端产品体验空间沉浸式科学探秘小程序

定制高科技体验空间 四大密室游戏闯关 王牌成分全解析



消费者选择房间后可以将其点亮
四大密室包括：研发室、实验室、草药间、门诊室
不同房间包括产品的不同王牌成分，游戏的同时又起到了成分教育的功能

用户每日打卡一次
连续打卡4天后有机会获得奖品
吸引用户每日打卡

创意执行 云端产品体验空间沉浸式科学探秘小程序

大咖明星带你领略4大成分魅力 丁香医生成分教育 互动好礼享不停



明星vo作为线索，吸引消费者寻找成分

密室房间可全景滑动180度

获得成分后跳转到小黑盒开盒页面

丁香医生成分教育

四个密室完集齐成分后可打开小

黑盒，获取正装或者优惠券

创意执行 小黑盒逆时瓶新品云派对

巴黎欧莱雅科学家携手丁香医生硬核背书，权威科普揭秘抗皱背后的硬知识，欧莱雅活力代言人朱一龙独家视频，领衔新品揭幕，当红女星陈数、蓝盈莹、宋轶齐助阵，在线公测，刺激直播前的消费者边看边买。



朱一龙开启新品云派对



专家解读抗皱核心成分



3位人气女星在线公测，分享产品使用感受

创意执行 首次小黑盒百城万人AR云开盒

小黑盒装置与场地内LED大屏、3d建模视频、场地灯光音乐相结合，全新的科技感线上营销形式，为品牌带来声量和销量的双重爆发。



百城万人共同开盒



「AR云开盒视频」

首次线上VR云开盒

创意执行 超级流量媒体投放，强势曝光

微博、腾讯、抖音、优酷等线上平台开屏饱和式轰炸，为逆时瓶实力打call，这次全都要。



创意执行 多平台KOL实力种草，外围引爆

全层次多方位KOL种草，产品多元化破冰，从底层开始渗入每一个消费者生活圈层。





营销效果&反馈

天猫小黑盒 | L'ORÉAL PARIS
来这里 逛新品

天猫小黑盒美妆成交额

NO.1

天猫小黑盒护肤新品首发成交额

NO.1



30年
科技成果

· 天猫小黑盒美妆成交额NO.1

· 天猫小黑盒护肤新品首发成交额NO.1



效果&反馈

天猫小黑盒美妆成交额
天猫小黑盒护肤新品首发成交额

NO.1

*截止2020年4月16日销售数据



效果&反馈

全网观看人数 **220W+**

点赞人数 **1000W+**

店铺直播新纪录

小黑盒首次云发布会
百城万人同开盒

小黑盒首次AR开盒



#欧莱雅逆时瓶#
 阅读1.8亿 讨论103.1万 详情>

综合 实时 热门 视频 问答 图片 +

热门

小麦麦_maimai **朱一龙超话** +关注
 4-17 来自 Android 已编辑

#欧莱雅朱一龙# #欧莱雅逆时瓶#
 欧家的物流真是越来越快了👏昨天零点付 今天下午就到
 活力代言人朱一龙@朱一龙 好帅👍👍
 逆时瓶红色镭射的外包装超好看，产品颜值也很高👍
 get时间雕刻师的画册@巴黎欧莱雅 售后卡也换了新的



+ 关注 | 讨论 | 分享 | 更多

 效果&反馈

微博阅读量高达
1.8亿