

#就爱唇天然#抖音挑战赛

- ◆ **品牌名称:** 曼秀雷敦
- ◆ **所属行业:** 护肤
- ◆ **执行时间:** 2019.11.25-12.01
- ◆ **参选类别:** 短视频营销类

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

品牌营销背景

用户的泛娱乐休闲时间正在向短视频转移，**抖音挑战赛**作为新兴的、以互动为核心的、多方参与的营销活动，覆盖全流量入口，借力明星/达人，融合各类**话题、贴纸**、音乐等玩法，并以**购物车**功能等实现部分转化，已成为品牌营销不可或缺的资源。2019年11月，曼秀雷敦联合抖音，打造了一场**#就爱唇天然#抖音挑战赛**，通过有趣好玩的贴纸与消费者进行互动，成为曼秀雷敦内容社交的典范。

目标

曼秀雷敦130周年，加强品牌和消费者之间的互动性，利用抖音挑战赛打造全民庆生趴，**与Z世代玩在一起**，并以**"成就更好的我"**的品牌理念跟消费者进行沟通，精准触达年轻消费者，强化品牌影响力。

挑战和困境

2019年，曼秀雷敦诞生130周年，虽然一直以来，研发的多系列及产品，为广大消费者带来周全细心的关爱，而深受中国消费者的喜爱。但面对当下，逐渐成为品牌消费主要目标受众的**年轻Z世代们**，身为百年老牌美妆企业曼秀雷敦，是否能引起他们的兴趣，获得他们的认同，与他们建立链接，成为本次项目的最大挑战。

消费者洞察

抖音挑战赛融合贴纸、音乐等玩法，深受Z世代的喜爱，有利于加强品牌和消费者的互动。

策略与创意

曼秀雷敦冬季品牌营销结合抖音平台用户喜好，主推Lip pure天然植物精华油润唇膏，巧妙结合产品特性，定制品牌专属贴纸，号召用户拍摄，激发UGC优质内容产生，达到品牌传播“6种黄金植物油，食品级滋润”的目的。原生话题加上低门槛的玩法，解锁花样嘟唇新姿势，露出软性的品牌元素，有效提高用户参与欲望。





挑战赛+专属贴纸上线 示范视频手把手教学
低门槛玩法吸引用户参与

话题页链接猫超导流
促成交易



高颜值达人合作热推 激发粉丝参与 大量热点视频炒热贴纸

抖音优势资源全覆盖，全面曝光 话题度参与度UPUPUP



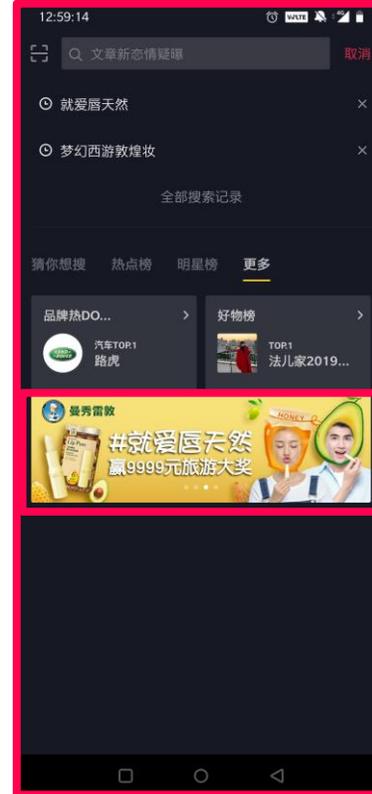
抖音开屏



Topview



热搜榜



搜索页更多
tab-banner



添加话题位置



挑战赛话题页面

#就爱唇天然#抖音挑战赛收获亮眼成绩单

- 播放量达到 **8.9亿+**
- 参与数达到**27.2W+**
- 贴纸投稿数达到**22.6W+**，成为2019年11月商业贴纸红榜使用量**第一名**
- 互动量**1500W+**
- 传播层面上总曝光达到**5500W**