雅诗兰黛"7日排浊"打卡签到

- **广 告 主：**雅诗兰黛
- **所属行业：**化妆品-护肤品
- **执行时间：**2016年4月-2016年5月
- **参选类别：***内容营销类*

雅诗兰黛“7日排浊”打卡签到

——用户从被动接受广告，到主动渴求品牌产品，我们做到了！

Top Mobile Awards

背景&目标

雅诗兰黛推出新品红石榴水，希望通过持续1周的活动，建立“7日排浊”理念

不仅线上曝光，客户还需派发雅诗兰黛小/中样，O2O引流柜台

品牌曝光

需要创意机制，

强化

7日排浊理念

全新理念，
如何建立？

线下派样

品牌派样需求强烈

希望线上领取超30w

派样超2w

派样量大，
如何完成？

品牌+平台
完美融合

融合“7日打卡”产品

每日高频触达用户

完美传递石榴水新品

“七日排浊”每日护肤打卡理念

明星产品
引爆渴求

平台签到明星产品

用户打卡即可获礼

雅诗兰黛大礼引爆参与传播

活动PV**2400万** 自分享**30万**

效果极佳
转化爆棚

活动曝光高达**2400万**

50W + 抽奖留下手机

2W线下领取到

店转化率高达**4%**

Top Mobile Awards

洞察&策略

品牌的受众属性：多为注重生活品质的白领女性

20-40岁

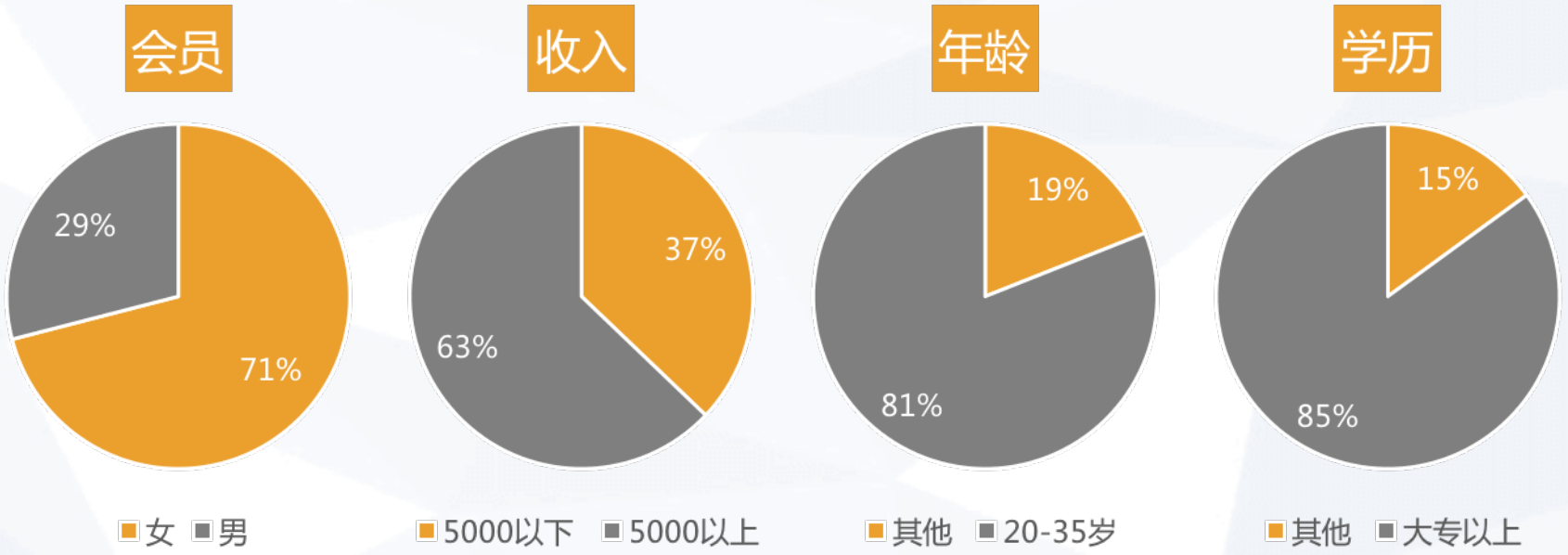
白领

独立女性

注重生活品质

平台与品牌受众属性匹配度高

用户画像：女性多、收入高、年轻、学历高



71%为女性会员
是消费的决策者

63%收入5000元以上
消费频次高

81%的会员年龄在20-35岁
消费活跃

85%的会员大专以上学历
消费力强

定制专属于“7日”排浊的媒介策略

定制7日连续曝光策略组合

大众点评APP开屏

UV：5000w/天

x 1天 ＋

SuperRb品牌露出

PV：6000w/天

x 7天 ＋

打卡页面总冠名

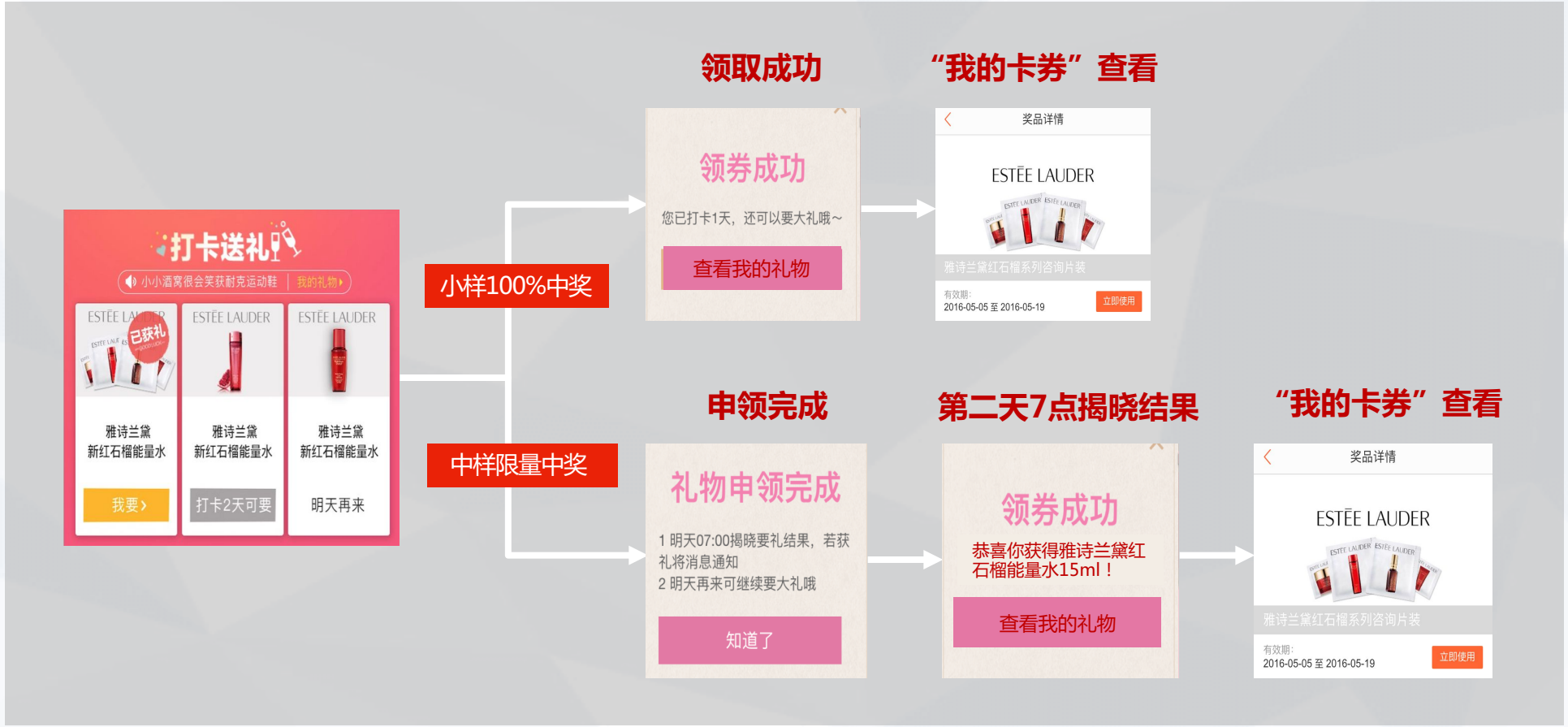
PV：200w/天

x 7天

预估总曝光：2.3亿，预估活动参与：1400w

定制“要礼”模块，设置获奖门槛

用户必须打卡3日并点去“我要”等待抽奖通知，把品牌广告变成用户渴求



Top Mobile Awards

媒介&执行

用户参与全流程，7天内每日打卡领券，强化品牌“7日”排浊理念

开机画面

品牌占满用户视野

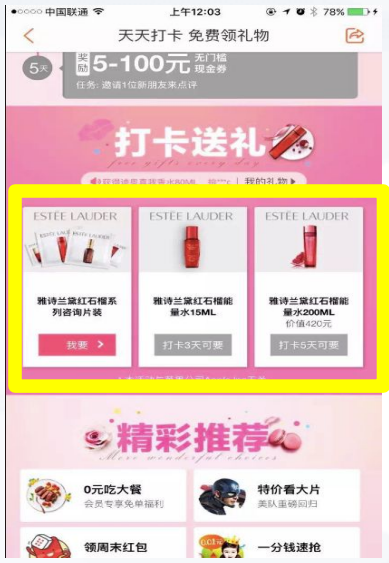
首页SuperRB

首页超大非售卖入口

活动页主冠名+小样/中样派发

头图展示；页面定制

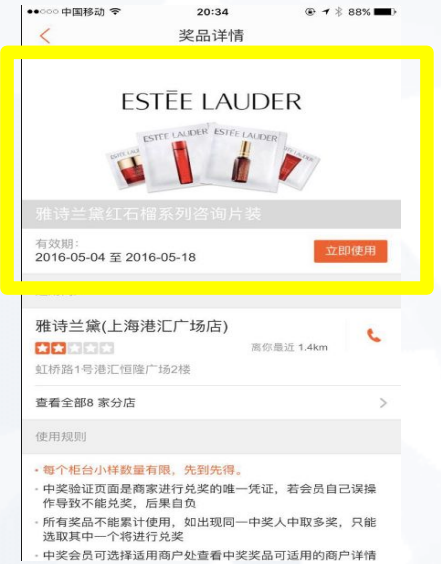
品牌/产品展示派发



用户点击领奖/抽奖

引流到店领取

用户到店兑换核销



总曝光：2.1亿　页面PV：2400W　LEADS领取：35W

效果&反馈

活动数据：品牌曝光同时，线下领取的转化量业内遥遥领先

品牌总曝光：**2.1亿**

活动页面PV：**2400w**

用户小样抽奖：**50w**

线下小样领取：**2w**

真正实现品效合一：

品牌2.1亿海量曝光+小样线上50w海量领取+装柜线下2w到店转化

平台+品牌互利双赢：

为雅诗兰黛定制的打卡活动用户超爱，PV量约是普通活动的2倍

（普通活动七日页面PV：1400w，此次活动PV：2400w）