

# 倩碧302美白镭射瓶X天猫Club联动

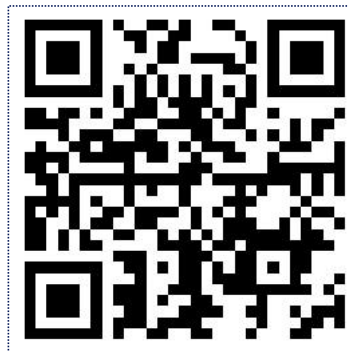
- ◆ **品牌名称:** 倩碧
- ◆ **所属行业:** 美妆/个护类
- ◆ **执行时间:** 2020.09.01-11.11
- ◆ **参选类别:** 美妆/个护类

## 结案视频

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/f3247vv5mq6.html>

或扫码看视频



## 挑战 Challenge

2020年3月倩碧推出302美白镭射瓶取得巨大成功，但美白产品作为当下热门赛道，竞争愈发激烈；在疫情新常态催生的口罩经济下，防晒祛痘概念成为护肤新焦点，线下触客场景因疫情受限；绝大多数人宅家时间大幅延长，品牌依赖过去单一美白场景与消费者沟通已不可行。

## 策略 Strategy

拔高“美白”定义——满足不同人群对于美白的针对性护肤追求；  
重构美白沟通场景，帮助消费者重新挖掘美白需求，找到自己潜在性的肌肤问题；  
将产品功能利益和卖点变成用户可感知和参与的品牌体验，刷新消费者对“美白”的认知；  
通过线上“第二现场”将线下体验场景传递给更广泛的线上消费者，打造了线上线下联动的美白体验。

## 创意 Creative

“看得见”- 拒绝剧本与录播，录制首个万人共创的美白纪实类“真人秀”  
“听得到”- 打造业内首个美白“破界”大事件，三大圈层攻辩302，“反向背书”强大美白实力  
“齐参与”- 打破疫情束缚，线上线下联动，安全高效打造一站式美白体验



倩碧 CLINIQUE

## 倩碧302美白镭射瓶 × 天猫Club 打破美白传统定义，万人证言美白成果



No.1 王牌美白精华

销量同比增长998%  
会员拉新人数同比增长287%

16万+ 人次证言

“美白急诊室”  
观看量超100万  
点赞量超过650万

6.1亿 互动量

线上相关话题集中霸屏  
粉丝自发话题登上微博热搜榜

## 美妆赛道竞争激烈

美妆护肤作为当下消费领域的热门赛道，市场竞争愈发激烈，细分市场下的美白产品亦如此。同时目标用户对于美白有不同追求，不再盲目听信“成分功效”。

## 疫情新常态带来新挑战

大环境的改变带来严峻挑战，疫情新常态催生的口罩经济，防晒、防痘祛痘概念成为护肤品行业新焦点。“口罩脸”引发养肤修护诉求，消费者对“美白”的定义和追求越发趋向自然，对美白产品的要求也更加严格。同时，绝大多数人宅家时间的大幅延长，品牌依赖过去“晒后美白”、“快速变白”等单一美白场景与消费者沟通已经不可行。



为应对同类品市场带来的挑战，302美白镭射瓶急需精准抓住消费者的心，**持久稳住No.1王牌美白精华地位**，守好销量大关，声量与口碑再上一层楼。

同时在疫情与消费者心智改变的过程中，需要突破自我，**打造美白多元、健康护肤、真实有效的产品认知和口碑**，赢得更多消费者的认可。

**Q**  
消费者的美白需求多种多样  
态度也正在发生变化

**A**  
多人群齐声证言产品  
重新定义“美白”

**Q**  
2020疫情影响下  
美白需求变得不够迫切

**A**  
黑科技肌底检测&万人片场体验  
深度挖掘美白需求

- 1 “看得见”** - 首个万人共创的美白纪实类“真人秀”
- 2 “听得到”** - 业内首个美白“破界”大事件  
三大圈层“反向背书”其强大美白实力
- 3 “齐参与”** - 线下联动线上  
安全高效打造一站式美白体验



## “看得见”

## 首个万人共创的美白纪实类“真人秀”



突破传统产品试用、游戏互动的快闪店形式，开设首个现场实拍皮肤真相屋



打破传统“棚内”录制的证言视频，现场多机位实录消费者体验Visia肌底检测真实状态与采访对话，天猫同步直播，“内容保真”



品牌小程序“万人证言墙”，粉丝自来水引导“科学美白淡斑”新潮，激发老粉复购、吸引新粉尝鲜

“看得见”

## 业内首个美白“破界”大事件 三大圈层“反向背书”其强大美白实力

综艺界傅首尔×主持界杜海涛×网红界狠毒女孩

三界“毒舌名嘴”现场犀利拷问、麻辣质疑，“302”舌战群儒赢得口碑、多维实证产品功效



叨叨界 傅首尔  
宝妈美白我信302

做妈妈之后，皮肤明显变黄长斑了。想立刻入手一瓶，不信白的我都信302的美白实力了。



302推荐官 杜海涛  
男女老少都能用

我熬夜冒痘，她修仙暗沉！用这瓶美白精华，一起白上天。淡痘去暗沉，效果一绝~



美妆大咖 狠毒女孩  
独宠这一支美白精华

万千美白精华，我为你们选了这一瓶！用两周斑点痘印就能淡掉，真正有效而且安全！



“听得到”

## 业内首个美白“破界”大事件 三大圈层“反向背书”其强大美白实力

### Round 1：“不信美白产品”傅首尔vs皮肤科医生

现场科学论证，以专业美白意识和科学美白观念，将“不信美白产品”人群转化为潜在消费者，树立专业护肤形象



“听得到”

## 业内首个美白“破界”大事件 三大圈层“反向背书”其强大美白实力

Round 2：“加班熬夜都市人群”与“美白困难户家属”杜海涛vs302首批用户高圆圆  
借助高圆圆“28天美白挑战”视频、现场互动问答&游戏挑战验证功效，增强产品的知名度、实现软性产品教育



“听得到”

## 业内首个美白“破界”大事件 三大圈层“反向背书”其强大美白实力

### Round 3：“肤色不白欧美党”狠毒女孩vs现场路采真实素人

上市初期“入坑”的欧美党检测认证斑点痘印有效减少，路采真实素人花式表白、持续种草，推动流量转化为销量





## “齐参与”

## 线下联动线上，安全高效打造一站式美白体验



皮肤科医生化身小白鼠，拍摄Visia肌肤检测视频，在线揭露肌肤底层真相



14天连续直播，专业美容顾问与护肤达人线上“云坐诊”，“洗脑式”美白教育打入消费者内心



突破线上手机直播间的单一形式，同步直播线下片场实况，“三界名嘴”跨界联动搭配线上带货，消费者可同步参与现场讨论并立即下单

## 销售额&新客突破性增长

- 活动期间美白精华销量同比增长**998%**
- 会员拉新达成**10万人**

## 品牌天猫直播间流量攀升

- 连续**14天**护肤大咖高能直播**161小时**
- 在线观看量高达**100万+**
- 点赞量刷爆**650万+**



## 社交媒体自然声量NO.1

活动当日**自然话题登顶热搜第一**

品牌相关话题共计**6.1亿**阅读量

线上共计**20万**互动讨论量

自发话题互动热度达**350万**

#高圆圆生图#等相关话题热度持续高涨，**头条指数多次突破新高**



当日热门内容  
#高圆圆 生图曝光。身穿一字肩连...

