

屈臣氏HWB大赏内容营销

- ◆ 广告主: 屈臣氏
- ◆ 所属行业: 零售
- ◆ 执行时间: 2018.08.04-08.22
- ◆ 参选类别: 内容营销类

HWB大赏背景介绍



自2003年起，屈臣氏每年根据销售数据、美妆KOL
推介和消费者投票推出

HWB健康美丽大赏

榜单涵盖**护肤、护发、个人用品、化妆品、
健康类产品**等健康美丽明星单品

2018年主题为

耀我美潮我来
My Beauty
My Trend

现状：消费者对榜单的认知有限

1. 榜单知名度不高

2. 权威性不足

3. 权威性不足



= ?

“没听说过HWB大赏”

“这个榜单权威吗？”

“榜单能在哪里看到？”

目标：紧抓95后人群，打造国民级美妆盛事

- 活动围绕

“耀我美，潮我来” 主题方向进行内容延展。

- 紧抓 **“95后潮人”** 属性展开全链路沟通。

- 打造“810 HWB大赏”盛事，树立**榜单权威性**，提升品牌美誉度。



95后人群画像

实力种草 崇尚个性潮品



对待品牌

实力种草 崇尚个性 拒绝跟风
热衷潮品但不绑定品牌

单品/品牌分享推荐意愿：

安利潮品 TGI=116.7

推荐品牌 TGI=84.0

偏好的品牌属性：

个性
有趣
潮流
品质

TGI=123.3

TGI=106.5

TGI=99.2

TGI=80.1

对待爱豆

对爱豆，**供养而不信仰**；**用实力打call**

- 真爱=接纳瑕疵+一起成长；
- 实力打call——为爱豆出钱出力但不盲目崇拜。

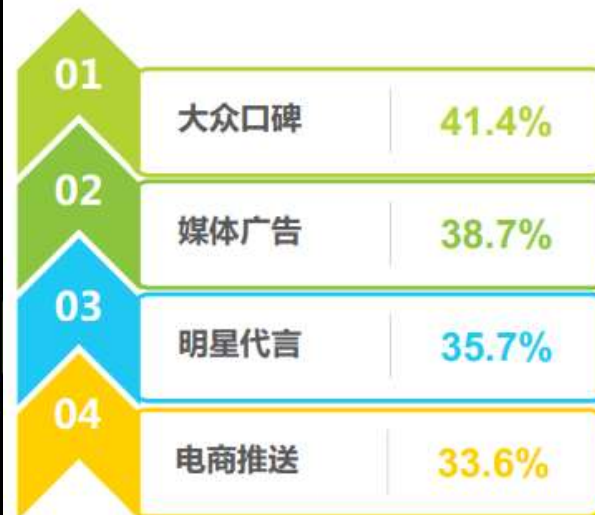
看爱豆的演唱会
为爱豆刷票房
买爱豆代言产品

TGI=136.0

TGI=113.2

TGI=69.8

2018年中国95S获取时尚资讯渠道



关注3个或以上
时尚红人

95后 51.9%

80后 49.2%

70后 38.6%

实力打CALL 热衷养成追星

注重口碑分享，关注KOL

95后关键词

个性

有趣的灵魂，拒绝千篇一律

95后更加个性张扬，拒绝被定义，个性、有趣是TA们的品牌诉求



娱乐

为爱豆消费，开启养成式追星

偶像能一同成长、小众网红更受欢迎



颜值

看脸的世界，颜值即正义

95后用户购买美妆的人群比例超出其他年龄段，95后男生成为美妆消费新贵



目标受众洞察

- TA们受互联网影响，喜欢网购，热衷个性、有趣的潮品，极重视颜值；
- 偏好娱乐时尚资讯，喜欢明星，崇尚KOL且乐于口碑分享。



去发光吧
闪亮世代

传播策略——内容营销打造种草拔草闭环全链路



五大项目亮点，与95后潮人展开全方位沟通



预热种草

8月4-9日

话题引关注

明星、达人助力打call，优质问答
内容引发好奇关注，为榜单种草

Step 1

明星打call视频

借势明星大咖流量
吸引受众目光



Step 2

问答紧抓TA痛点

抓潮流热点
“颜值即正义”
触发全网热议



Step 3

KOL软文铺垫种草

揭秘95后精致密码
美妆大咖引出榜单



Big Day长草

8月10-14日

活动强引爆

活动当天直播引爆Big Day，围绕用户
兴趣点打造热点事件，榜单长草

直播当天优质硬广曝光，强势吸睛打造品牌Big Day

Step1
资讯联盟开屏曝光



Step2
今日头条+西瓜视频

开屏联播



直播预告
独占第一眼强曝光
海量APP开屏联播

Step3
垂直频道信息流



直播前内容引导
搭建品牌专题，内容整合
原生信息流，阅读第一步

专题聚合矩阵内容，实时更新保持新鲜感

1 直播间



2 大赏概况



3 博主打call

聚合预热-big day的kol文章

4 尖货种草

聚合测评及平台内文章



用户观看路径拦截，引爆活动加深品牌印象

Step3

垂直频道信息流



原生信息流，阅读第一步
导流直播，引爆活动

Step4

搜索栏品牌专区



占领搜索区域，
六大关键词唤起品牌专区
导流直播，引爆活动

Step5

KOL软文，活动全面看



号外内容无广告标签更原生

KOL为颁奖礼专业打call，
四大角度解读HWB大赏

四大板块打造强互动直播间，汇聚品牌人气

直播模块：主持人同步文字介绍大赏内容

网友互动：评论分为屈臣氏、获奖产品点赞；明星打call；现场表演、店铺设计讨论为主。

自定义模块：嵌入购买h5链接，主持人引导点击购买。

边看边聊 **边看边买** **简介**

直播 边看边聊 边看边买 简介

直播 边看边聊 边看边买 简介

直播 边看边聊 边看边买 简介

简介：自定义直播简介

时尚升格
屈臣氏健康美丽 Wellness and Beauty Awards, 简称HWB) 创办至今已超过十年。每年基于屈臣氏销售大数据、消费者投票、美妆KOL专业推荐三大维度, 倾力打造国民级的美妆个护健康类榜单。榜单囊括护肤、美妆、个人护理、健康保养等多个领域的潮流好物, 是所有爱美人士不容错过的潮流风向标和值得信赖的购物指南。

180元新人礼包限时派发中
屈臣氏官方商城 立即领取 >

HWB获奖品牌

2018HWB 颁

点击边看边买按钮, 即可在线购买屈臣氏单品。这位小助理了解一下

我来两说两句 5.4万

后续拔草

8月15-22日

长尾固印象

延续期二次传播内容深化，内容
拔草形成口碑持续影响

Step 1

文章详情页banner

11 关键词定向美妆文章
底部 banner 无缝植入
跳转榜单 H5 二次传播



导流榜单H5

Step 2

95后美妆指数报告

7 大分区
11 维度
头条大数据权威背书
有趣解读95后时尚态度



导流榜单H5

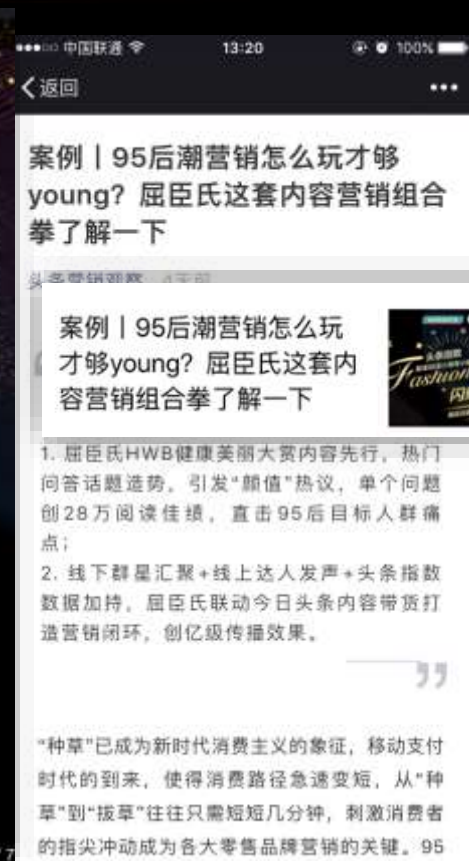
Step3 KOL榜单产品测评

专业意见助拔草
五大美妆达人测评品
号外内容无广告标签

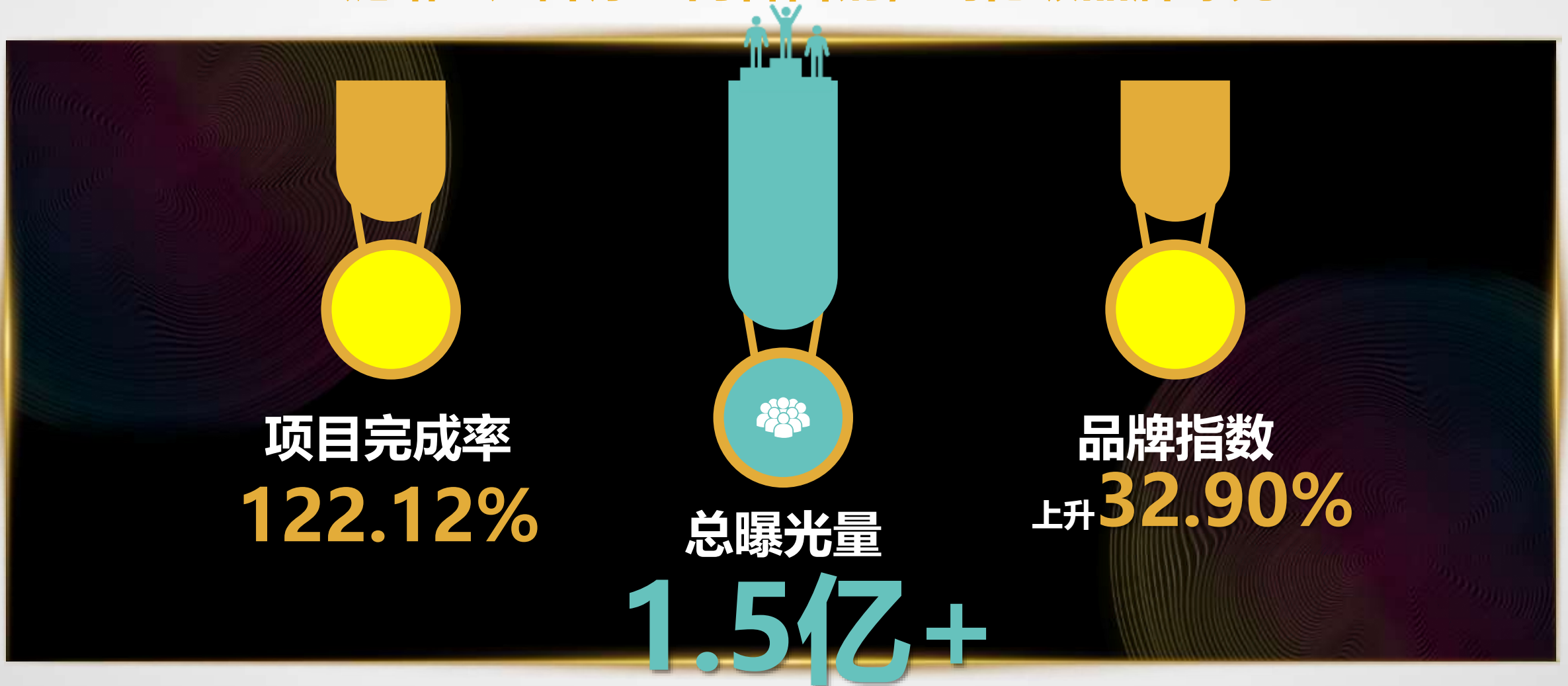


Step4 项目营销稿

长尾效应塑形象
项目营销稿扩影响



全链路全矩阵原生内容营销，创亿级品牌曝光



出众项目效果助力HWB大赏及品牌形象提升

活动预热

- 明星打call视频吸睛, 预热阶段曝光达**千万级**
- 预热问答抓95后痛点, 单日创**28W**阅读新高
- 号外点击率高达**8.43%**, **远超行业5倍**

Big Day

- 资讯联盟、开屏联播、信息流、搜索品牌专区齐助威, 创10号**Big Day爆款**
- 直播间在线人数**创新记录**

后续宣传

- KOL文章累计达**160W+**阅读量
- 指数报告数据95后时尚心态, 助力二次传播
- 品牌指数**提升32.9%**; 网友互动评价提升屈臣氏HWB大赏好感度

原生内容及直播互动引发受众口碑传播

KOL文章助品牌获好评如潮



斯外戈的啾咪x

买买买！又一次为屈臣氏而剁手。

xxx咬呀呀

屈臣氏搞这个活动到什么时候的？



金成书院
土地承包户

原来还是做广告的，花样翻新了

我一直都是使用屈臣氏的护肤品，很好用，质量好



在这个看脸的时代，给自己保养是一项很重要的工作

直播间互动提升HWB大赏好感



小jvjy333 15:29

好想去现场体验一下高科技



主持人 时尚升格 16:44

点击 边看边买 按钮，即可在线购买屈臣氏潮单品。这位小姐姐了解一下

城事乐活范 16:43

感觉又要剁手了.....快拉住我



冰黛薇蓝10 15:25

门店都有这种设备吗？那太方便了



AMrWu64 15:2

产品不错



冰黛薇蓝10 15:22

看起来现场搭建超酷的



城事乐活范 17:04

袁娅维是实力派



肌研的产品真的好好用

支持屈臣氏