

#Mike眼技派#Mistine天猫618 玩转明星经济

- ◆ 广告主：Mistine蜜丝婷
- ◆ 所属行业：快消-化妆品
- ◆ 执行时间：2018.06.01-06.22
- ◆ 参选类别：电商营销类

- *品牌营销的背景和初衷是什么？*

泰国头号化妆品牌Mistine以其优质、高性价比的彩妆产品，在国内已经聚集了相当一部分高人气。2018年，Mistine邀请泰国当红小鲜肉Mike担任品牌代言人，本次传播活动将通过明星粉丝营销，在天猫618品牌大促之际，帮助Mistine进一步扩大国内的知名度，吸引更多女性关注并消费，打造人手必备的国民彩妆品牌，并为天猫店铺引流带来销量转化。

- *最终想要实现怎样的目标？*

我们通过微博这一社会化营销平台，充分调动明星、KOL、粉丝后援会等多重人群，打造一个聚焦亮点，小切入，大引流，在第一时间抓取到消费者的心，让他们产生想要继续探寻更多的心理诉求，自主搜索品牌相关信息，层层递推式传播，逐步推进Mistine夏季全品类营销，让星粉转化为品牌粉丝，引爆Mistine年中618狂欢。

- *目前面临的挑战和困境是什么？*

在618这个营销节点，各界品牌宣传层出不穷，消费者被铺天盖地的广告信息包围，注意力难以集中甚至出现抵触心理。

- 通过对目标人群的洞察有怎样的发现？

粗放式营销已经不能打动年轻女性们，她们青睐于更加个性化、人性化的营销方式，期望从中得到情感满足与个性彰显，偏好那些能与自我心理需求引起共鸣的感商品或服务。所以本次我们将着重运用“化妆品+男明星”的超高引流营销手段，放大Mike的明星吸引力，通过多种互动营销将Mike与Mistine形成强力捆绑，充分唤起她们的荷尔蒙，辅以618超强折扣，促进情感消费。

- 整个案例的核心策略是什么？即借用哪些创新技术或媒介形态，以及怎样的创意诉求方式，完成品牌的营销目的。

本次我们在微博上搭建核心话题页#Mike眼技派#，主题利用谐音一语双雕，从明星与品牌两个层面去表达。明星代言人层面：Mike是实力眼技派，眼睛会说话！Mistine品牌层面：想要拥有迷人眼睛，你需要Mistine明星产品睫毛膏的画龙点睛！重点突出Mistine明星产品睫毛膏，以此为聚焦点吸引网友关注到品牌，进而再带到Mistine其他产品的功能和特点，展开品牌全品类的传播。

- 案例亮点

星力加持，超强引流

我们以Mistine明星产品睫毛膏为聚焦点，与泰国超人气演员Mike的“眼技”形成记忆捆绑，充分发挥Mike的超强吸引力，逐步将星粉转化为品牌粉丝，进而大力提升Mistine品牌影响力与口碑度，引爆Mistine彩妆618年中营销狂欢！

甜心互动，人气爆棚

Mike亲自发声寻找“M女孩”，与粉丝直播面对面亲密互动等互动营销，实力挑拨网友的少女心，一时间四面八方的星粉和年轻女生参与到活动互动中，为Mistine品牌活动聚集海量人气，产生各种优质UGC。

大V联手，实力种草

本次传播邀请各大美妆KOL参与活动宣传，高效触达热爱美妆和年轻女性粉丝群体。KOL利用博文互动+亲测图文+美妆直播等多样化种草方式，从专业角度推广Mistine品牌和旗下产品，制造刷屏级效应，将Mistine打造成时下热门的高性价比化妆品牌，层层辐射形成口碑传播。

Mistine品牌传播三步走，逐步引爆天猫 618 Big Day！

STEP 1

6.1-6.9

前期预热

- 官宣+话题页上线
- 寻找M女孩晒照活动
- Mike眼神动图集锦
- 达人美妆教程
- #Mike眼技派#海报

STEP 2

6.10-6.18

中期引爆

- Mike直播造势
- 直播回顾传播扩散
- 热搜榜单强势曝光
- 美妆达人参赛M女孩

STEP 3

6.19-6.22

后期发酵

- 优质UGC整合
- 活动软文分发

搭建话题页，聚合呈现多方内容

话题#Mike眼技派# 打造社会化营销阵地

微博搭建话题**#Mike眼技派#**，将所有传播内容在话题页内聚合呈现，并聚集来自四面八方的声音。利用微博社交平台属性为Mistine带流，打造一场品牌与消费者实时互动的线上狂欢。



阅读 2210.1W+ ; 讨论 3.7W+

话题页链接：http://s.weibo.com/weibo/%2523Mike%25E7%259C%25BC%25E6%258A%2580%25E6%25B4%25BE%2523&Refer=STopic_box

微博搜索推广，加深品牌印象

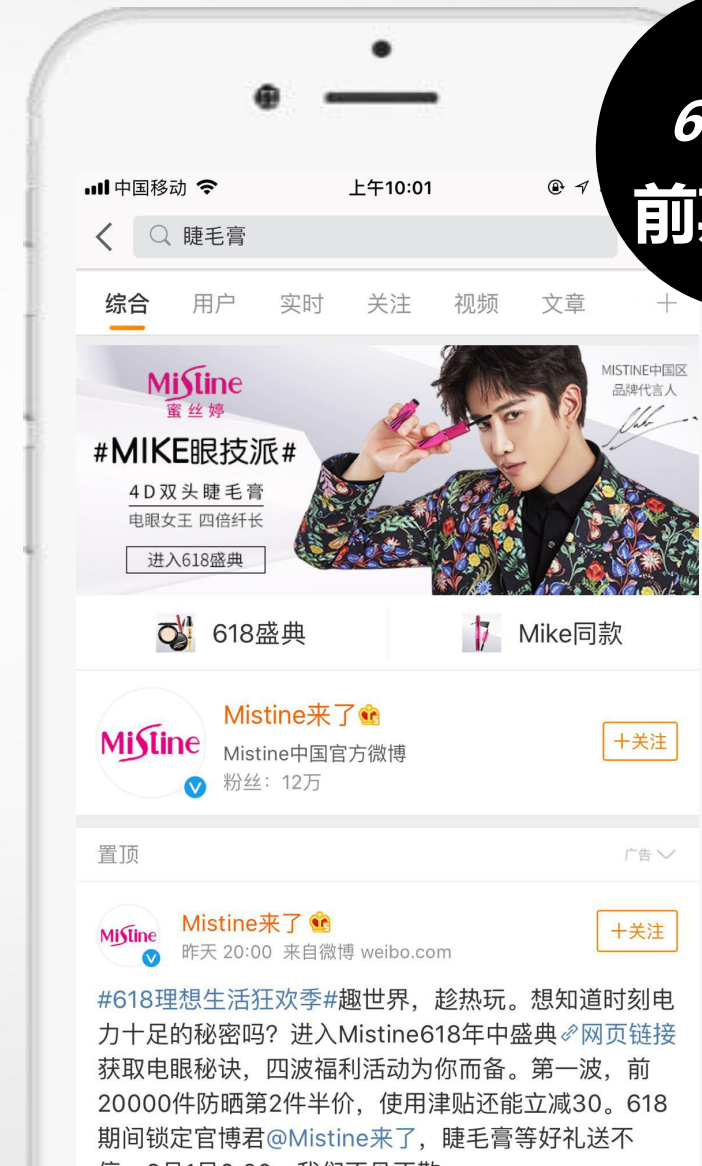
搜索词“睫毛膏”

微博**6月1日**起投放搜索词“**睫毛膏**”，搜索词落地页强势显示mistine品牌相关信息，加深品牌印象，且外链官方旗舰店直接引流。

STEP 1

6.1-6.9

前期预热



美妆达人助阵，前期铺垫

美妆KOL电眼教学从专业角度强力种草

美妆KOL **@Cony_兔酱** 推出电眼教学直播，分享打造电眼的眼妆秘诀，强化“Mistine睫毛膏”露出，顺势植入羽翼粉饼、24小时粉底液等其他彩妆产品。美妆KOL **@Mog不是蘑菇** 分享超性价比彩妆教程，植入全套mistine彩妆，着重突出“睫毛膏”，精准触达目标消费群，评论置顶店铺链接引导购买。

直播热度
13.9W+
播放量
164W+

STEP 1
6.1-6.9
前期预热

转评赞
1353+



“你，愿意做我的M girl吗❤️”

打造M girl形象 Mike与品牌联动官宣

6月8日，Mike紧接Mistine联动官宣，打造M女孩不仅是“Mistine girl”更是“Mike girl”的概念，并以Mike同款睫毛膏为福利，刺激广大网友纷纷参与，在Mike粉丝团助力下，制造刷屏级活动，全面推出**“M girl”**品牌IP。

STEP 1

6.1-6.9
前期预热



粉丝头条-热门推荐



阅读 52W+ ; 转评赞 4955+

转评赞 7.2W+

新浪微博开机报头强势曝光
定向广东 且外链至旗舰店
6月10日
阅读量 **420万+**

广告

Mistine 蜜丝婷 618 天猫理想生活狂欢季

中国区品牌代言人 Mike

电眼王子 精湛眼技

MISTINE 4D双头睫毛膏

Mike同款第二件半价 限量5000件 >

微博

跳过

Copyright © 2009-2018 WEIBO

STEP 2

6.10-6.18 中期引爆

微博 4G 下午5:04

防晒霜

Mistine海外旗舰店

首页 视频 全部宝贝 新品

释发电眼魔力

4D双头睫毛膏

RMB: ¥ 59

立即购买>

宝贝分类 品牌专区 会员中心 客服

Mike多面“眼技”海报



STEP 2

6.10-6.18

中期引爆



结合Mike本身偶像派+实力派的属性，展现Mike不断精进的“眼技”，转发抽奖Mike签名照+Mistine明星产品，充分展示品牌优势，将粉丝有效引流。

阅读 124W+；转评赞 2345+

Mike多面“眼技”，娱乐号+站内kol传播

转评赞 8964+

STEP 2
6.10-6.18
中期引爆



自然引出话题点，为品牌宣传“埋线”

Mike眼神杀九宫格动图 牢牢锁定你的视线

在微博上发布Mike在各剧中的“眼神杀”动图，或温柔、或迷离、或深情、或坚毅……超高颜值配上迷人双眼隔屏放电，突出泰国超人气演员Mike的出色“眼技”，吸引Mike忠实迷妹和年轻女性网友自发参与讨论和转发，逐步引爆话题。

STEP 2

6.10-6.18
中期引爆



美妆达人，全面引爆

4位美妆KOL 多角度、全方位种草

6月10日—12日，

@爱囤货的喵小妹@美少女Lisa酱

@睿睿cheryl@一味ewill

陆续分享超性价比彩妆教程，植入全套mistine彩妆或眼妆，着重突出“睫毛膏”，填充话题#Mike眼技派#的优质内容池，顺势**参赛“M girl”**。

STEP 2

6.10-6.18
中期引爆

转评赞 7758+

@美少女Lisa酱



@睿睿cheryl



@爱囤货的喵小妹



@一味ewill



STEP 2

6.10-6.18
中期引爆

热搜榜单第四位-6月12日

营造火热氛围多面发力

话题页定制模块 “618盛典” “Mike同款”

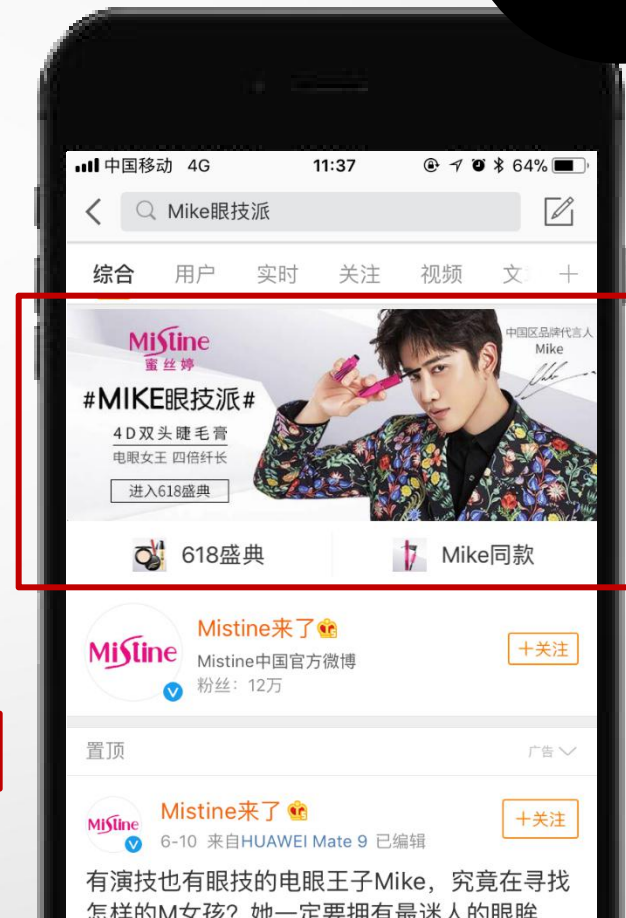
Mike形象场景化露出引流

内容快速裂变打造营销Big day

激发广大用户的参与和互动

1356万次
曝光

78.3万次
点击



新浪微博开机报头强势曝光
定向广东 品牌直播预告。利用
Mike明星影响力实现聚焦
6月12日
阅读量 **456万+**

@Mistine来了 发布直播海报，
预告直播及超值福利，吸引粉
丝参与互动。
阅读量 **102W+**
转评赞 **3076+**



借用明星流量为活动火速聚焦升温

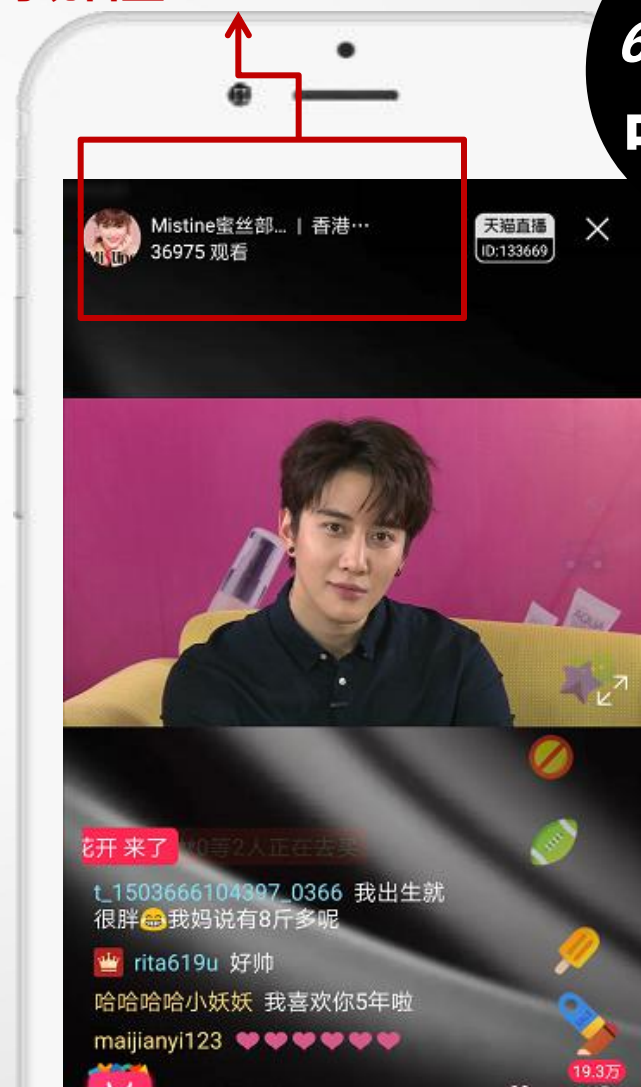
Mike明星直播吸精 与粉丝零距离面对面

6月12日晚，Mistine发起品牌直播，邀请Mike来到直播间，与粉丝零距离互动问答，超值好礼互动，迅速形成强势围观，促进明星粉丝转化为品牌粉丝。

实时观看量 5.4W+

STEP 2

6.10-6.18
中期引爆

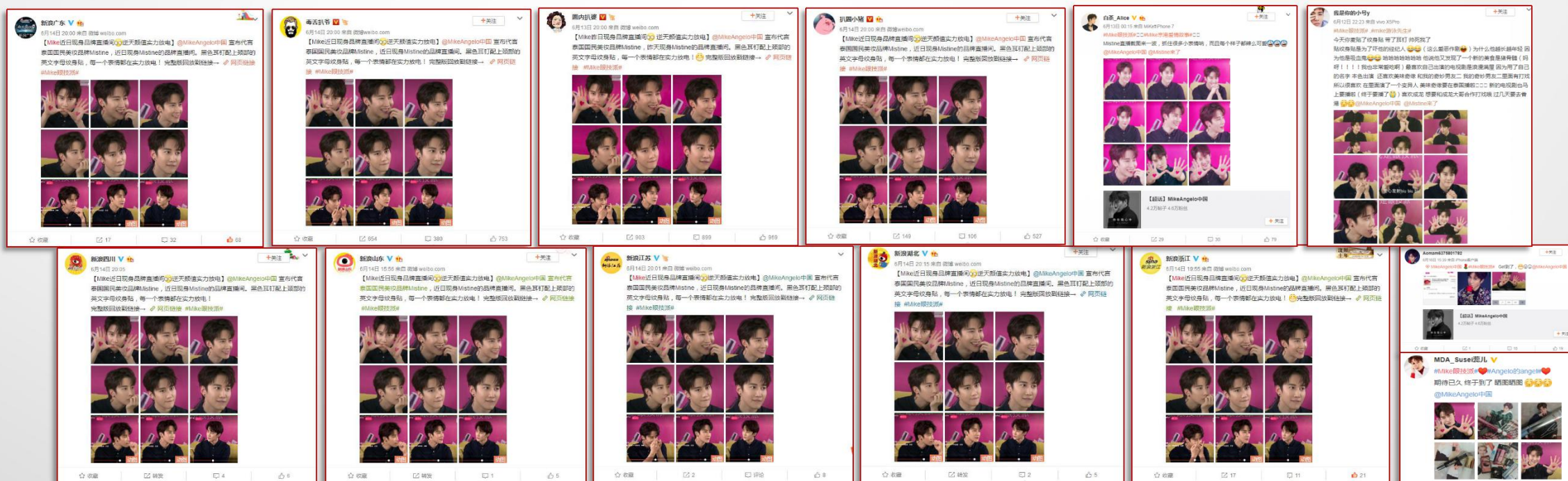


STEP 2

6.10-6.18
中期引爆

Mike直播亮点挖掘

新浪各地方站账号+娱乐号KOL+Mike粉丝团倾力内容输出，挖掘Mike直播中的亮点，做成吸睛动图，进一步为话题升温，形成内容沉淀，引发传播二次发酵。



STEP 2

6.10-6.18
中期引爆

天猫大促引流 福利信息全曝光

品牌信息曝光量最大化 趁势大促实现转化

除了话题页面、开机报头等可直接转接天猫页面，促进产品的推广。官微于**6月14日**发布超值大促攻略，实现强势引流。



阅读 515W+ ; 转评赞 1049+

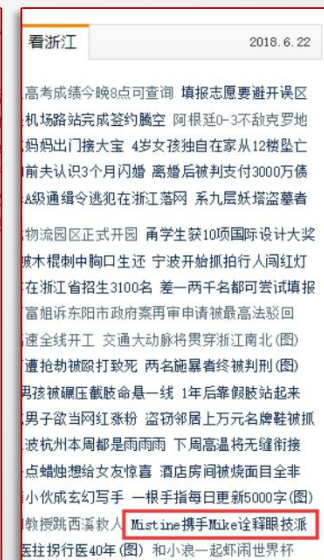
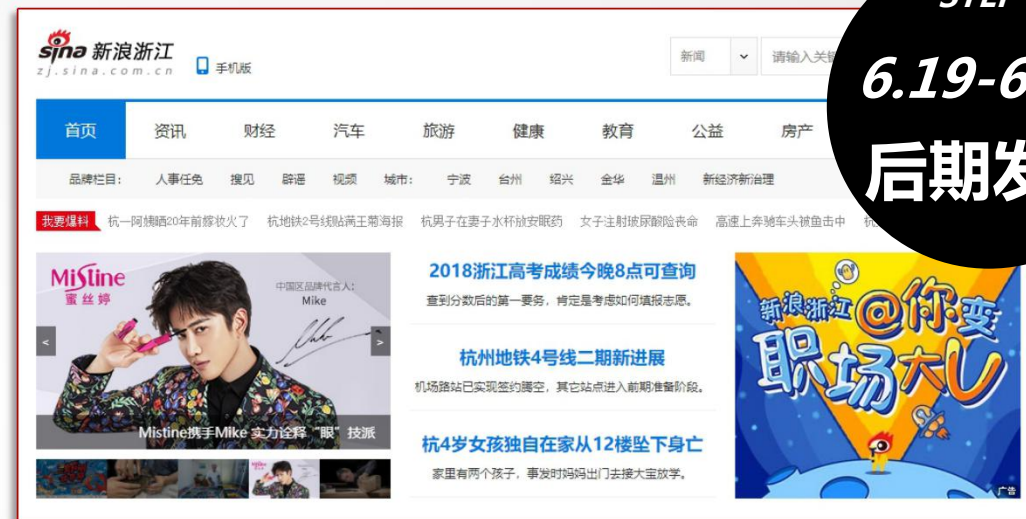
媒体官方发声，复盘Mistine营销亮点

营销活动软文分发 树立业内营销标杆形象

新浪浙江网发布本次品牌营销活动宣传软文，从官方媒体角度报道本次活动的亮点，提高Mistine在美妆界的形象，树立行业营销标杆。

STEP 3

6.19-6.22
后期发酵



后续优质ugc内容持续输出

Mike粉丝团倾力内容输出，延续话题热度，加深mistine品牌印象。

STEP 3

6.19-6.22
后期发酵



本次Mistine618活动品牌宣传，
取得口碑与销量双丰收的傲人成绩！

微博话题互动数据

3200W+

传播总曝光量

2210W+ 3.7W+

话题阅读量

讨论量

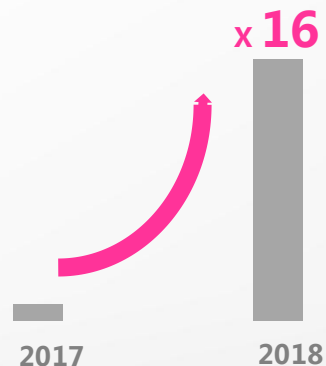
Mistine天猫旗舰店618售卖战绩



防晒 NO.1



618首日Mistine防晒
全网实时排名第一！



相较去年Mistine全店
销售额猛涨16倍！



superstar



Mike代言同款产品4D睫毛膏和
羽翼粉饼等成为明星产品！