

玛丽黛佳 “一键秒出色” 鬼马小磨盒眼影传播

- ◆ 广告主：玛丽黛佳
- ◆ 所属行业：彩妆
- ◆ 执行时间：2018.03.08-04.05
- ◆ 参选类别：媒介整合类

背景和目标

玛丽黛佳推出桃花、奶茶、南瓜、晒伤、宿醉、微醺6款全新眼影产品系列“鬼马小磨盒”，色块以黄金比例分割，配以“蘑菇头”眼影刷，**实现“一键上妆”**

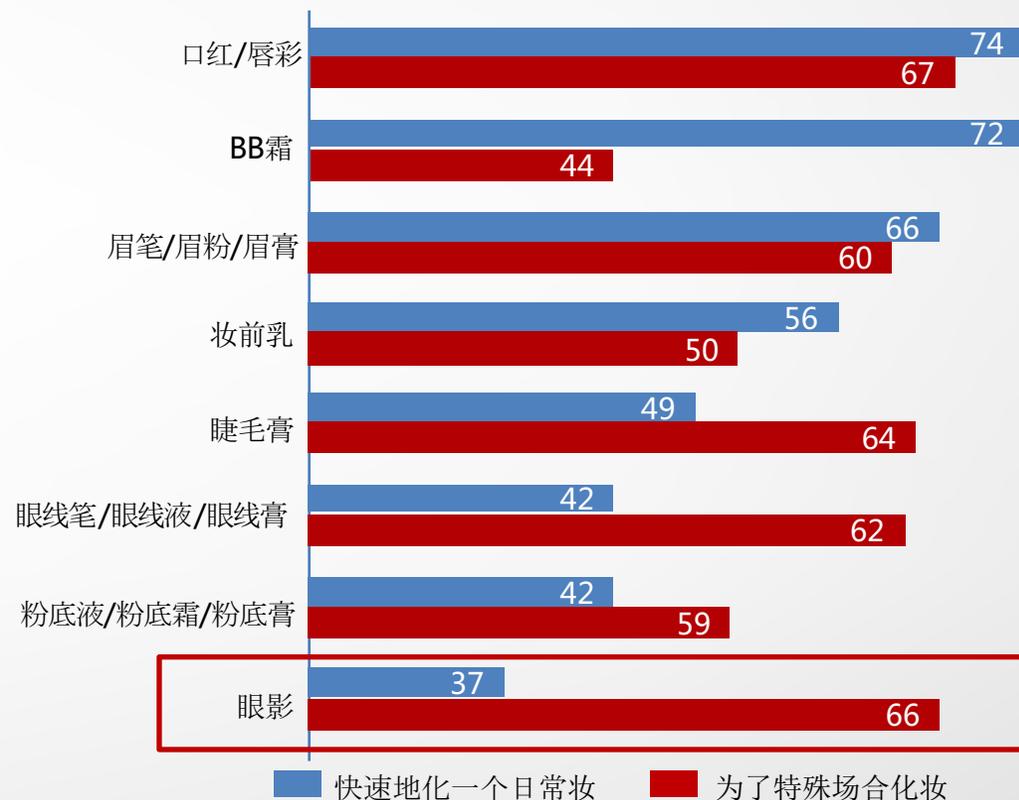
为此，品牌需要为**新品上市创造话题声量。**



面临的挑战

- 眼影品类传播趋于同质化
- 眼影使用相对其他化妆产品难度更高，化妆新手使用率低

不同场合的彩妆使用情况：眼影使用率最低



产品的目标受众年龄在**18-25**岁，主要是**大学生**和**职场新人**

她们大部分是化妆的初学者，也是人生道路上的初学者

她们活在别人的眼光和期望里，内心真正的想法和愿望很容易被外界忽略

但她们也有想更出色的愿望，但这现实生活中并不容易实现

就像化妆的过程一样，想要尝试更多的妆容和色彩

但技巧的不成熟，让这个愿望总是落空

我们希望鼓励这群“**小透明**”女生，无论是是妆容还是人生都可以**更出色**

B I G I D E A

一键秒出色

为了帮助消费者表达内心想要出色的声音：
不做透明女生，我们有属于我们这一代女孩耀眼的方式，玛丽黛佳新品鬼马小蘑菇帮你掌握更聪明的方法，毫不费力明艳夺目，随时随地 #一键秒出色#

以线下噱头事件做为引爆，并O2O串联微博、微信、抖音三大Digital平台搭建传播矩阵
从情感共鸣到场景植入层层递进，深度传递新品价值点和品牌精神理念

传播规划

一 键 秒 出 色

时间
节奏

2018年3月8日
第一阶段

2018年3月9日-3月15日
第二阶段

2018年3月16日-4月5日
第三阶段

创意
形式

线下事件创造话题，引发关注

故事场景化诠释产品利益点，
鼓励女生在不同场景下都可以
“一键秒出色”

#一键秒出色#挑战赛带领
消费者深度体验产品功能，
收获UGC沉淀

传播
平台

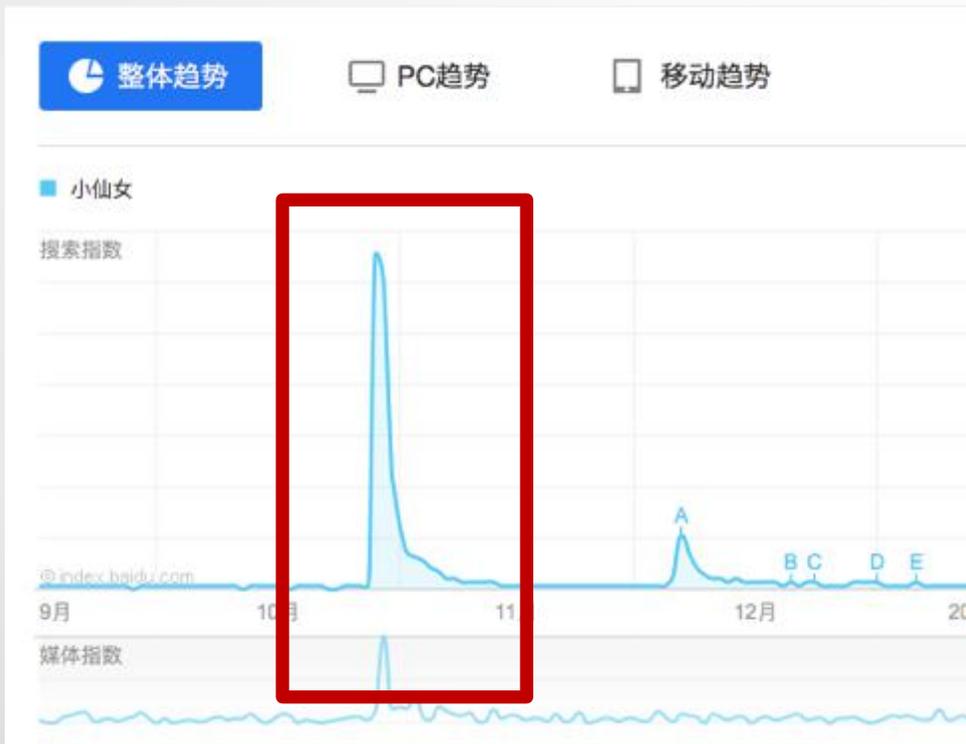
户外 / 双微KOL / 自有平台

双微KOL / 自有平台 / 秒拍

自有平台 / 抖音

第一阶段：线下事件创造话题，引发关注

在3月8日国际妇女节之际，融入多样的女性态度主张，鼓励女性#一键秒出色#。借势周杰伦演唱会上小仙女diss前男友事件，**在上海世博轴上的LED大屏幕上续写事件后篇**，小仙女再次diss前男友



原小仙女在周杰伦演唱会上diss前男友事件，引发的超高声量



百度搜索截图显示搜索词为“周杰伦 小仙女”，搜索结果列表包含多篇关于周杰伦演唱会上“小仙女”事件的新闻链接。搜索结果中，第一条新闻标题为“周杰伦演唱会上的‘小仙女’原来是陶女郎,一夜爆红后她这样... 搜狐”，发布日期为2017年11月15日。第二条新闻标题为“周杰伦演唱会‘小仙女’彻底火了! 可剧情大反转, 你看懂了... 搜狐”，发布日期为2017年10月30日。第三条新闻标题为“杰伦演唱会上手撕前男友的‘小仙女’(附现场完整高清视频+... 搜狐”，发布日期为2017年10月29日。

第一阶段：线下事件创造话题，引发关注

小仙女在上海世博轴上的LED大屏幕上续写事件后篇，再次diss前男友



第一阶段：线下事件创造话题，引发关注

同期在微博上打造事件话题**#最强报复前男友#**，引发悬念和讨论



第二阶段：故事场景化诠释产品利益点，鼓励女生在不同场景下都可以“一键秒出色”

以“小仙女”病毒视频揭秘线下悬念事件，引流关注到玛丽黛佳新品发布话题



朋友生日会没带礼物怎么办？捉急

小仙女出演4个病毒视频其中之一
在病毒视频中，演绎如何更有态度，面对新男友

《感情篇-爱得有底气》

视频链接 <https://v.qq.com/x/page/y06002zfvr4.html>

第二阶段：故事场景化诠释产品利益点，鼓励女生在不同场景下都可以“一键秒出色”

并联合KOL陆续释出其他3个以“职场”、“校园”和“自我”为主题的剧情反转视频



第一天上班，感觉自己美美哒



初入职场领导就要眼前一亮的idea，我.....



遇见严厉女上司，我应该何去何从？

《自我篇-有资本骄傲》

视频链接

<https://v.qq.com/x/page/e0600dpq9qz.html>

《校园篇-校园宽容你的天真》

视频链接

<http://v.qq.com/x/page/p0600qvrzww.html>

《职场篇-拒绝做职场》

视频链接

<http://v.qq.com/x/page/p0600pf0hy2.html>

第二阶段：故事场景化诠释产品利益点，鼓励女生在不同场景下都可以“一键秒出色”

借势微博女性价值观表达的浪潮，并通过以眼睛为主角的鬼马风格态度视频/动态海报

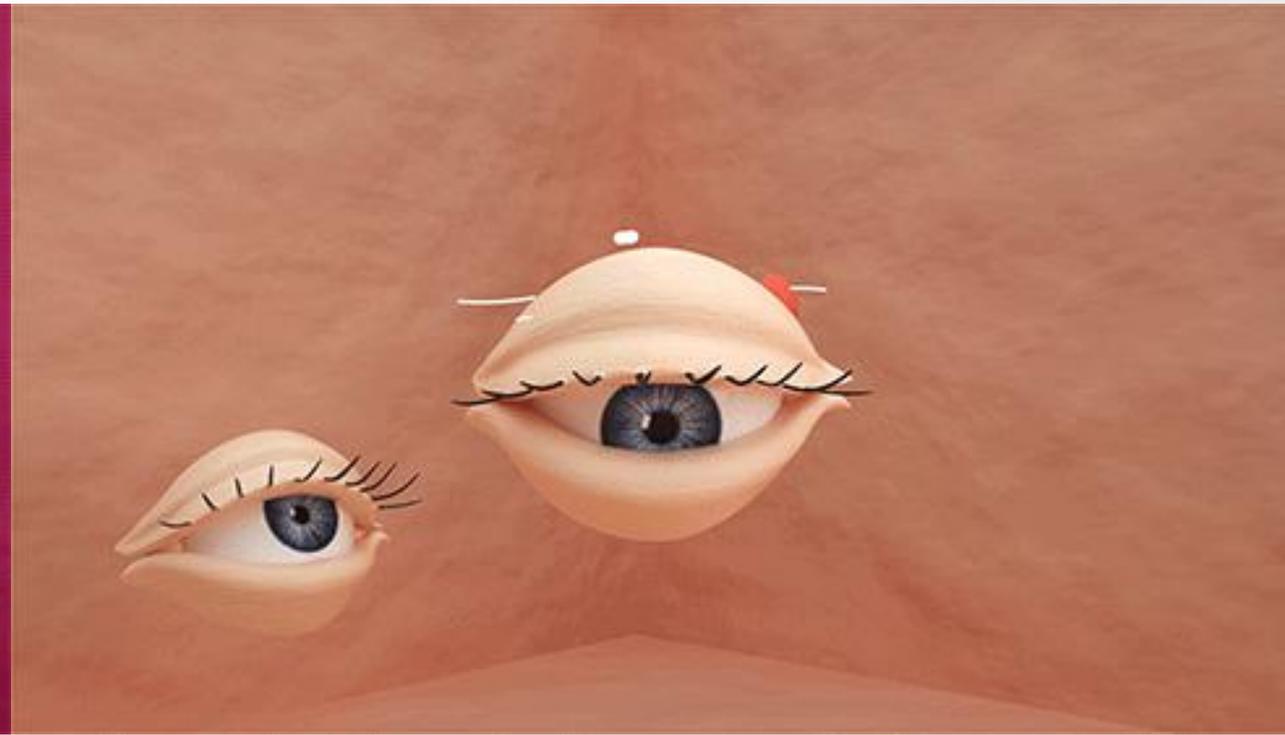
演绎六种女性态度，同时对应六款产品

GIF动画，建议全屏观看



桃花款：最漂亮的五杀，是你亮相的那一刹

完整版视频链接 <https://v.qq.com/x/page/g0601rc310s.html>

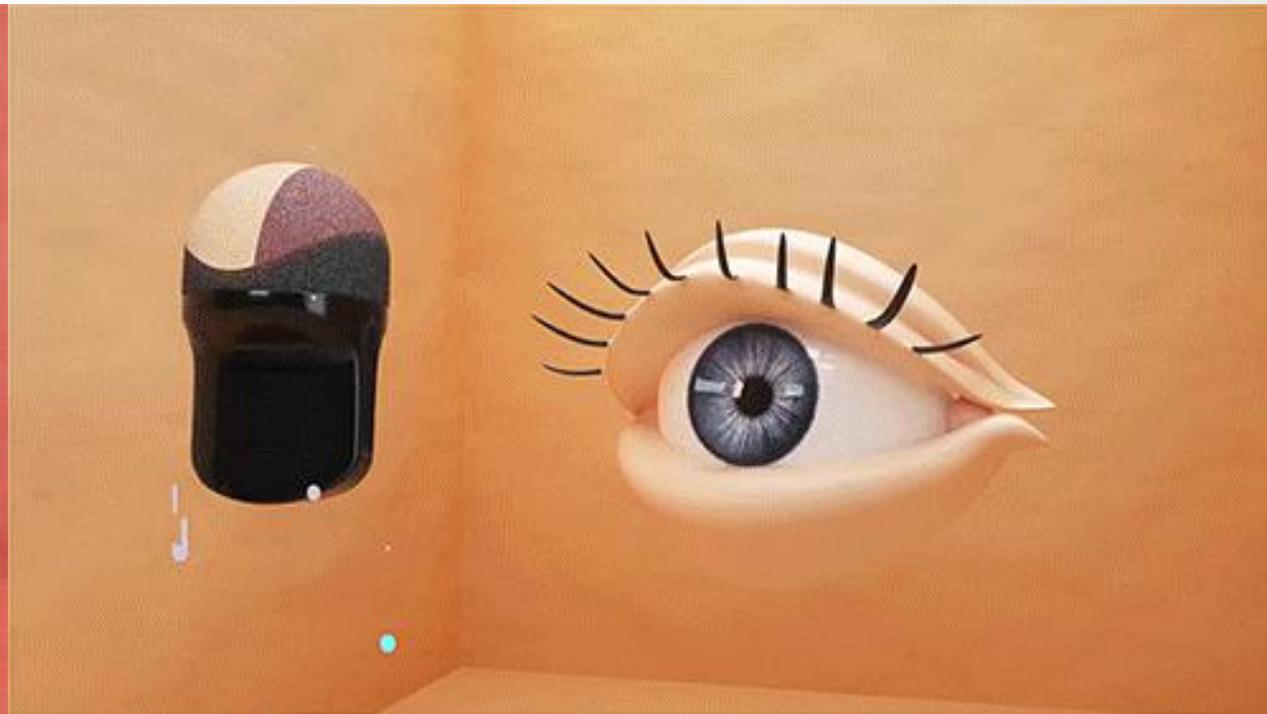


晒伤款：不需要最漂亮，只要让人眼前一亮

完整版视频 <https://v.qq.com/x/page/m0601lb6agw.html>

第二阶段：故事场景化诠释产品利益点，鼓励女生在不同场景下都可以“一键秒出色”

GIF动画，建议全屏观看



奶茶款：轻易不出手，出手就出众

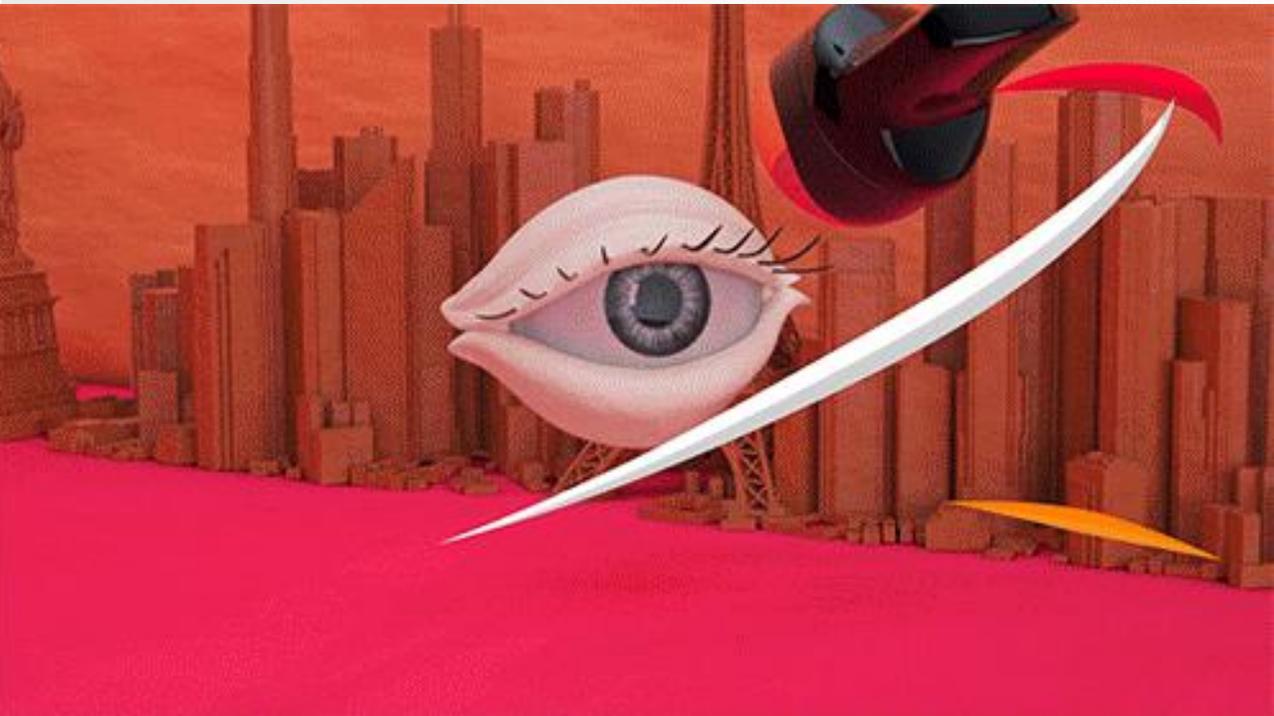
完整视频链接 <https://v.qq.com/x/page/m0601y8lk3c.html>

微薰款：属于我的化妆间，叫做瞬间

完整视频链接 <https://v.qq.com/x/page/z060105xh39.html>

第二阶段：故事场景化诠释产品利益点，鼓励女生在不同场景下都可以“一键秒出色”

GIF动画，建议全屏观看



南瓜：看风景，不如成为风景

完整版视频链接 <https://v.qq.com/x/page/z0601qhe37s.html>



宿醉：所有的一见钟情，都源于过目不忘

完整版视频链接 <https://v.qq.com/x/page/a060154mfer.html>

第二阶段：故事场景化诠释产品利益点，鼓励女生在不同场景下都可以“一键秒出色”

联合微博KOL，表达女性要**勇于出色**的价值观



第三阶段：#一键秒出色#挑战赛带领消费者深度体验产品功能，收获UGC沉淀

作为首个与抖音合作的美妆品牌，在抖音发起#一键秒出色#挑战赛



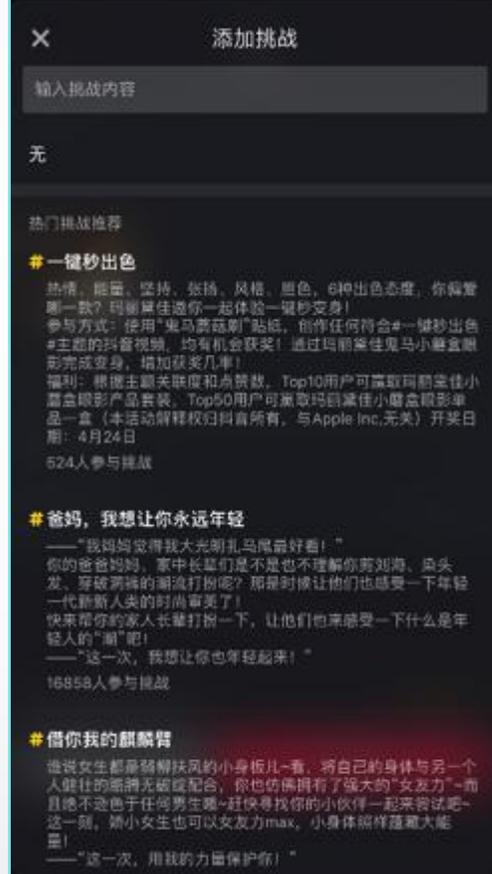
开屏



发现页置顶



站内消息



挑战搜索置顶



手机推送

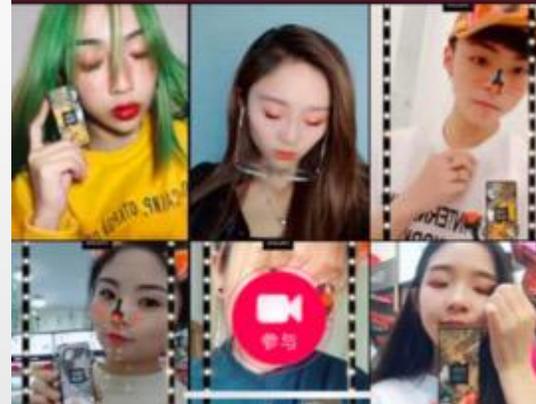
第三阶段：#一键秒出色#挑战赛带领消费者深度体验产品功能，收获UGC沉淀

由美妆达人发起挑战
发布一键上妆视频
引发抖音用户关注，

并配合定制化品牌贴纸

让消费者以轻松有趣的方式

体验产品卖点



总曝光量 3.3亿

事件话题浏览量（微博+微信） 4,892万

抖音挑战赛总曝光量 2.8亿

UGC视频（参与人） 7.5万