

BIRCHBOX◆

Birchbox 斩获巨大成功

Birchbox 创建了一个 Instagram 视频营销活动，视频展示了用户每月订购的美容化妆品为他们带来的惊喜和快乐。15 秒长的视频充分展现了品牌欢快向上的编辑风格 and 高质量产品，对潜在客户产生巨大影响，在目标受众中大幅提升了品牌知名度。



品牌知名度提升 12 点



广告回想度提升 26 点

品牌故事

创新思维葆活力

Birchbox 创办于 2010 年，为精明的淘货高手提供发掘高品质美容产品和品牌的个性化方法。Birchbox 通过其电子商务网站为用户提供原创编辑内容和简单方便的购物体验，同时每月还会定期“上演”令人期待的“开箱有惊喜”活动，让现代美容轻松、高效而充满乐趣。

品牌目标

争取更多新客户

作为成长速度最快的美容产品零售商之一，Birchbox 希望借助 Instagram 这片视觉营销沃土打响品牌知名度，向新受众宣传品牌产品。

解决方案

“开箱有惊喜”

为了能在潜在客户群中一举打响品牌知名度，团队特地为 Instagram 制作了 5 部富有吸引力的视频，面向重要的受众群体投放。每部视频都以“开箱有惊喜”活动开端，突显 Birchbox 最受追捧的体验。

这几部视频均没有任何台词，使用明亮颜色打造出干净利落的创意，模拟热门美容博客帖子的视觉风格，主动为受众呈现精彩内容。后面几部视频除了“开箱有惊喜”环节，还展示了真人试用产品的画面，例如女性涂抹唇彩、高光粉和眼线的场景。在视频中露面的女性全部都是 Birchbox 的员工，让“现实生活中的女孩”代言品牌，以真诚打动受众。这种策略贯穿品牌的所有编辑和社交内容。

通过与对照组的对比发现，这场视频营销活动让品牌知名度显著提升 12 点，广告回想度提升 26 点。

Instagram 是我们提升现有客户参与度的高效平台，而现在我们希望以一种创新方式利用它，向新受众推广产品。我们投放的一系列视频不仅气氛欢快有趣，而且内容亲切愉悦，全方位展现了 Birchbox 的真实形象，最终让我们的品牌知名度显著提升。