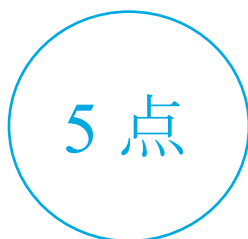




让 Burt's Bees 绽放真彩

为推广全新上市的蜡笔唇膏系列产品，Burt's Bees 利用 Instagram 向爱美人士展开宣传攻势，提升产品知名度和广告回想度。在爱美人士聚集的 Instagram 平台上，Burt's Bees 利用与 Instagram 体验无缝衔接的广告来展示唇膏色号组合，吸引受众的注意。



产品知名度提升 5 点



广告回想度提升 16 点

品牌故事

滋润你我双唇，勾勒美好生活

Burt's Bees 是缅因州一家制作蜂蜡护唇膏起家的本土公司，它奉行一个简单的理念：身体护理产品应该使用天然成分制作。今天，这一标志性品牌旗下已经拥有 150 多种个人护理产品。品牌坚定履行自己的使命，致力于以天然方式改善人们的生活。

品牌目标

将知名度转化为购买力

认识到 Instagram 是爱美人士发现新产品的重要去处后，Burt's Bees 利用该平台来提升蜡笔唇膏系列的知名度，成功吸引用户试用和购买该产品。

解决方案

绽放真彩，完美展现色号

在为期四周的时间内，Burt's Bees 向美国 18-24 岁的女性投放了图片广告。广告创意注重视觉效果，完美展现了该公司提供的不同唇膏色号。受到“点亮您的唇色”理念的启发，每个广告都采用了幽默化的方法，一方面通过现实生活情境展示蜡笔唇膏，另一方面又想办法突显产品重要特点——例如纯天然成分、多样的色彩选择以及蜡笔唇膏画唇线时的精确性。

对这次营销活动的研究表明，广告展示组比对照组的广告回想度高出 16 点。更令人印象深刻的是，在对比上面两个小组后发现营销活动使得产品知名度显著提升 5 点。总体而言，蜡笔唇膏营销活动成功实现了预期目标：在由“年轻的爱美人士”组成的目标受众中提升蜡笔唇膏产品的知名度。

Burt's Bees 认识到，Instagram 已经迅速成为爱美人士青睐的社交中心，大家在这里寻找灵感，分享和搜索最新的美容产品、趋势和技巧。”

Melissa Sowry
数字营销经理
Burt's Bees