

一、 作品内容:

(一) 活动概述:

医美被认为可以实现女孩一切对美的幻想，医美也被误解为让美变得千篇一律。德玛莉产品想为医美产品正名：医美带来的美是属于自己独特的美，是释放女性内心本真的追求。2021年在后疫情时代，用五个月讲一个故事——“肽能狂想”：肽能实现对于美的想象。从五个维度拆解新女性审美需求，并与产品结合，传达“治愈”力量与价值，伴随女性群体成长。另一方面，专注市场需求，侧重产品力提升，为销售转化积蓄势能。

(二)、活动详情:



1、活动话题制定

将新女性的审美需求拆解为燃、浪、耀、漫、紧 5 个维度。将德玛莉 5 款核心产品与女性审美追求匹配，为女性 5 种变美诉求提供安全、稳定肽能动力解决方案。

燃【燃身材·享自由】：

是女性突破自我燃起的旨趣，也是对自己轻盈身材的追求，对应 6 月即将进入夏季，女性大胆展现身材的审美需求，德玛莉 INNER B 享瘦瓶可以通过缩小自身脂肪的细胞体积达到塑形、安全燃脂的效果，自信秀出身材。

浪【强补水·塑屏障】

是女性见识大风大浪的视野，也是对自己水润肌肤的追求，对应 7 月肌肤在夏季高温缺水，女性肌肤水润状态需求，德玛莉 HSR 能量瓶轻松补水、增强肌肤屏障，绽现肌肤活力，高温下也能保持肌肤水润，无论何时肌肤状态满分。

耀【褪暗沉·耀璀璨】

是女性追寻璀璨梦想的执着，也是对自己闪耀肤色的追求，对应 8 月夏季毒辣的阳光下，女性的美白需求，德玛莉 BLANC-B 极光瓶高能亮白，对抗阳光老化。

漫【韧头皮·密发量】

是女性孕育无限可能的原力，也是对自己丰盈毛发的追求，对应 9 月换季脱发时期，女性的毛发需求，德玛莉焕发瓶无创密发健发，展现毛发最好状态。

紧【解枷锁.V 上扬】

是女性从容应对世界的张弛，也是对自己肌肤弹力的追求，对应 10 月随着时间推移，垮脸危机令人惶恐，逆龄状态成为人人追求的刚需，德玛莉品牌针对用户需求做出相应反馈。

2、视觉设计方面：

极简风格动画：将女性每一个审美需求与产品利益点结合，独树一帜的极简风格动画表达，画面在兼顾张力的同时，充分留白，给予观众足够想象的空间。传递德玛莉的产品观念——少即是多。极致简单的肽成分，科学配比相互作用，实现调节女性身体机能，带来瘦身、补水、美白、健发、紧致功能。

赛博风格海报：用超越时代的赛博风格海报凸显肽能狂想核心主题，引起用户兴趣，用线条表达德玛莉产品带来的效果。



艺术风格化海报



3、启发用户心智方面：

结合“肽能狂想”主题，在微博等社交媒体平台与德玛莉粉丝展开主题活动。系列活动共为品牌获得 1436.6w 曝光，为品牌增粉 3.2w。

6月：享瘦季

DERMAHEAL 德玛莉
6-18 来自 微博 weibo.com 已编辑

6月, INNER-B#享瘦季#高能来袭, 惊喜连连!
看图猜穿“瘦”谜底, 开启夏日燃脂时刻!
带答案评论, 转发此条微博, 并@1位好友, 3组全部猜对的幸运鹅将有机会获得德玛莉准备的惊喜好礼!
#夏天如何科学减肥减脂# @抽奖详情 @微博抽奖平台



702 54 16

DERMAHEAL 德玛莉
6-21 来自 微博视频号

INNER-B享瘦季, 重燃旨趣, 蜕变轻盈自我, 从夏至开始, 轻松#享瘦#!

VLOG频道 时尚美妆 · 1万次观看

838 81 384

DERMAHEAL 德玛莉
6-30 来自 微博 weibo.com

恭喜@清浅时光_z @Goal.GG @北城南笙qi 获得#享瘦季#铁粉档案的惊喜礼物! 请速速查看私信补全收货地址哦! 德玛莉活动礼物已经迫不及待奔向你啦!



转发 评论 赞

7月: 冲浪季

DERMAHEAL 德玛莉
7-23 来自 微博视频号 已编辑

7月#铁粉档案#, HSR能量瓶, 健康肌肤需要冲个浪! 关注德玛莉+转发此条微博, 并评论补充视频中“——”上的产品名称, 即有机会获得德玛莉准备的铁粉礼物噢!



552 86 37

DERMAHEAL 德玛莉
8-9 来自 微博 weibo.com 已编辑

#冲浪季 铁粉档案# 恭喜以下铁粉获得德玛莉夏日焕白礼包, 我们将会陆续发出奖品, 请耐心等待。@有志气的皮卡丘 @生活调皮的让人生气 @樱桃团子酱酱



转发 1 赞

8月: 闪耀季

DERMAHEAL 德玛莉
8-20 来自 微博 weibo.com

#闪耀季# 8月铁粉档案活动来袭, 准备好把心动礼遇带回家了吗?



转发 评论 赞

DERMAHEAL 德玛莉
8-27 来自 微博视频号 已编辑

8月#铁粉档案# 德玛莉BLANC-B极光瓶, 赶走夏日暴晒暗沉痕迹, 焕发极致光感! 关注微博“DERMAHEAL 德玛莉”, 转发本条消息, 并在该条评论区许下你的美白希冀! 如: 我想要白哲光感肌! 即有机会获得德玛莉准备的铁粉礼物噢!



1063 63 20

9月: 生长季



10月：焕颜季



4、夯实专业背书方面：

专业是德玛莉为女性提供“肽能狂想”的基础与基石。德玛莉品牌在活动期间不断积累案例，海内外卓越效果让潜在用户直观感受到德玛莉产品带来的效果。



除了专业的海内外案例对比以外，本次系列活动同样注重本土化，邀请知名医美医生为产品专业背书圈粉品牌路人。

DERMAHEAL
LABORATORIES

王克明
中国医学科学院整形外科医院
整形外科副教授

重燃旨趣
蜕变轻盈自我

还是在毛发方面

INNER-B

DERMAHEAL
LABORATORIES

晏晓青
北京丽都医疗美容医院-副主任医师
中国整形美容协会微创与皮肤整形
美容分会常委副秘书长

解枷锁·V上扬

呈现出一个自然年轻的状态

NATURE-B

@针线李叨叨:首支微感导入式眼霜? 德玛莉 (Dermaheal) PTX肽能小白针眼霜测评来啦! 如果说高浓度芋螺肽(又称精氨酸/赖氨酸多肽)只是让你暂时性将皱纹隐匿于形,那医美就是治根本且不用临场遮盖就能改善松弛垂和纹路的办法。王炸版:医美+护肤两管齐下,老化才不怕! 那论医美术后延长抗老效果的眼霜,还是我(德... 全文

@kenjjoel:专业书里面很多篇章都说到每天洗头的重要性,每天洗头是很好的护理头皮的手段,做不到也没关系,两天一次也可以,洗头不会导致损伤,前提是选择适合你的产品。再次强调!洗头的重点在于头皮清洁,不要反复搓头发!

二、作品描述:

(1) 目标与挑战:

目标: 德玛莉品牌经过多年磨砺, 肽“成分党”与品质感标签已经深入人心。但产品记忆点尚不清晰, 品牌忠实用户客群年龄水位较高。应对产品记忆点不足与医美年轻化趋势, 针对年轻群体进行产品力释放输出。打造产品记忆点。

挑战: 年轻群体医美消费有着“成分党”与“看脸”的特性。品牌已经符合“成分党”的需求, 如何把握年轻群体审美, 切中年轻群体面对医美的需求, 将自身品牌与其他医美品牌拉开区分度, 是本次系列作品的挑战。

(2) 策略与执行:

在策略方面, 以公域流量大的微博平台为传播主战场, 面向年轻群体打响传播战役。通过与热门玩法与年轻群体互动获得流量关注。在大流量灌入品牌微博之时, 通过独树一帜的创意视频赢得用户好感。再将视频中展现产品的利益点凝练精简为一个字, 发布衍生海报, 增强产品的记忆点, 引起潜在用户向意向用户转化, 询问产品相关信息。获得意向用户之后, 再以专家、海内外案例口碑、达人口碑多元主体背书, 扩张品牌声量, 助力销售转化。

在执行层面, 德玛莉为每个月设定不同主题, 围绕主题进行活动执行。每个月的主题设定切中求美者当月的变美需求。通过多媒体手段, 传递当月核心主题, 解决用户切实的变美问题, 收获年轻群体粉丝。

(3) 创新:



本次【产品力释放】活动最大的创新点在于突破了传统医美品牌营销的局限性, 直接将品牌态度与产品卖点触达 C 端, 而非单一的通过 B 端渠道去触达用户。建立了品牌与 KOC/KOL 以及用户之间的深度链接。

是小小易YQX 12月2日 16:06 来自 荣耀20 PRO
#德玛莉暖冬季 肤康依旧# 当自己面色差，脱发多之后就决定坚持不熬夜！！晚上11点前睡觉我真的做到了，就是让自己的精神状态好一些，少脱发才是真的！！

Ling-M 21-10-21 11:05 来自 iPhone客户端
经常染发熬夜的我，都快成秃星人了，用了**德玛莉**焕发瓶真的长出毛茸茸的头发了，坚决不做秃星人

@DERMAHEAL德玛莉
#德玛莉暖冬季 肤康依旧#
遇见你，治愈你
2021又是德玛莉坚持传递肌肤能量的一年🥰🥰
生长季、享瘦季、冲浪季、闪耀季、焕肤季，从头发、皮肤到身体，如私人定制陪伴你，一步步让自己变得更加完美，更加无惧岁月的压力与挑战！！👏👏👏

幸运随... 展开全文




11月26日 09:47 来自 微博 weibo.com 已编辑
145 | 31 | 137

嘛妮哄 🍷: 赶走夏日紫外线暴晒下的暗沉，越来越美越来越白！！
9月2日 13:59 回复 | 点赞

这里是小蝉: 夏天虽然做了防晒工作，还是有被晒黑🥲，秋天我想白回来，希望能有机会获得🎁。
9月2日 13:50 回复 | 点赞

傅儿19: 每次出门都很急，来不及防晒🥲，本来黄皮肤就不白了，还给我晒成了黑皮肤🥲，好想拥有白晳水润脸蛋哦！希望我有机会得到这份礼物🎁
9月1日 20:28 回复 | 点赞

美食不言语: 德玛莉精华心头大爱，紧致效果棒棒哒！无限国货中，官方爸爸看看我，求中奖🎁
11月4日 14:02 回复 | 点赞

淡香小苍兰: 看到德玛莉精华瞬间惊喜了，家里的还没用完，准备双十一再囤一点，期待官方爸爸的礼物🎁
11月4日 13:59 回复 | 点赞

pink凡大大大 🍷
21-11-2 09:52 来自 iPhone客户端
今年被种草到了**德玛莉**的精华，竟然很好用！！瞬间对这个牌子好感度upup，准备试试其他的修护类产品了

@DERMAHEAL德玛莉
#德玛莉焕肤季铁粉档案# **德玛莉**NATURE-B紧致瓶，丰盈紧致，抚褪时光印记，还原紧致轮廓。双11预售火热进行中，关注**德玛莉**品牌微博，并在评论区分享你今年买到的心动护肤好物，有机会获得焕肤季神秘礼品哦！🎁 **DERMAHEAL**德玛莉的微博视频 🎥 抽奖详情



本次系列活动以中小规模的成本，让19年全新进入中国市场的品牌在线上线下多平台联合发声，通过用自有社交媒体以及可争取社交私域流量拓宽品牌在美妆群体和医美行业内的美誉度与影响力。

通过铁粉档案的互动活动，德玛莉品牌也获取了一批忠实、真实的粉丝群体。

(4) 成果：本次活动用小成本撬动了 1437w 次曝光，收获 3.2w 新粉丝。

独树一帜的创意表现与打动人心的文案佳句，与用户产生深层情感共鸣，社交玩法让品牌价值观拓展、深化。用户除了清晰明确理解了品牌价值，更重要的是满足了用户需求同时使得用户明晰产品记忆点，与其他品牌拉开区分度。本次活动在公域流量池中完成品牌声量扩张、助力销售转化。