

“@SEPHORA 尽在丝芙兰” 系列短视频

- ◆ **品牌名称:** 丝芙兰 Sephora
- ◆ **所属行业:** 美妆行业
- ◆ **执行时间:** 2022.02-07
- ◆ **参选类别:** 移动创意作品类-短视频

品牌商业状态（作品创作背景）

- 丝芙兰 (Sephora) ，法国路威酩轩集团 (LVMH) 旗下全球领先的化妆品零售连锁品牌，在全球拥有超过1000家连锁店，销售超过250种品牌的美妆、护肤产品。丝芙兰进入中国十七年来，以独家品牌和独家产品构建出竞争壁垒，成为中国市场高端美妆零售商领头羊之一。
- 丝芙兰未来发展的挑战，来自于消费者的“增量”，与目标消费者建立深层次链接，在深入洞察思考消费者需求与购买习惯的基础上提出迎合他们的解决方案，是获得客群增量的致胜因素。
- 2022年丝芙兰臻选推出涵盖彩妆、护肤、护发、香氛等全品类的多个海内外品牌及数百款明星产品和独家新品，以多元化品牌策略、全渠道且优质的消费者体验、灵活的营销玩法，传递开拓美力的品牌理念，为目标消费者提供发现美、体验美及创造美的全渠道环境。

目标诉求：

围绕 “@SEPHORA尽在丝芙兰” 的IP，丝芙兰在2022年2月-7月以每月一条短视频的形式，

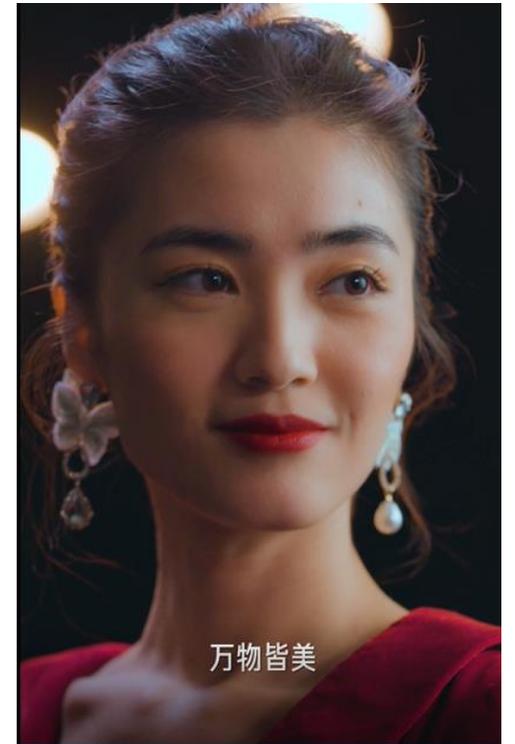
- 1) 深入传递 “潮流时尚美妆好物（独家品牌）尽在丝芙兰” 的品牌信息；
- 2) 诠释何为 “美力” – **自由大胆地发现、探索美的力量，重新诠释、创造美的意义，从而释放专属于每一个个体的独特美力**；以此触发消费者共鸣；
- 3) 促成目标受众心智的持续渗透，达成客群增量，销售转化的目标。

目标受众洞察：

- Z世代女性是美妆护肤用品消费主力，她们成长于经济高速增长的新消费世代，在经历了美妆“入门教育”之后，逐渐**“向上看”**，寻找适合自己的品质产品。
- 据《美力引领未来——2021年丝芙兰高端美妆行业白皮书》，通过对丝芙兰2100万会员的消费行为样本进行深入分析：Z世代认为**“化妆是给自己看，让自己心情更好”**，在所有生活态度和消费态度里，此宣言位列第一。购买高端产品也是消费者对自身消费实力与个人全面自信的体现。
- “高端”“小众”在当下消费者眼中被重新定义：不局限于价格高低，而是从产品品质到服务的、多元的、综合性的价值，从而使得消费者**产生身份认同**。

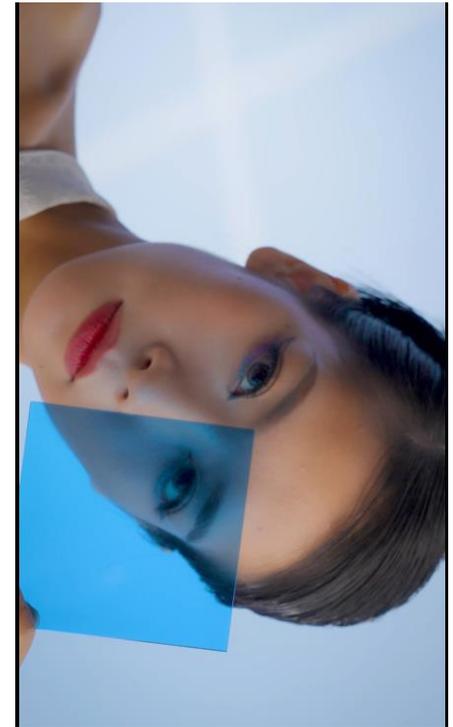
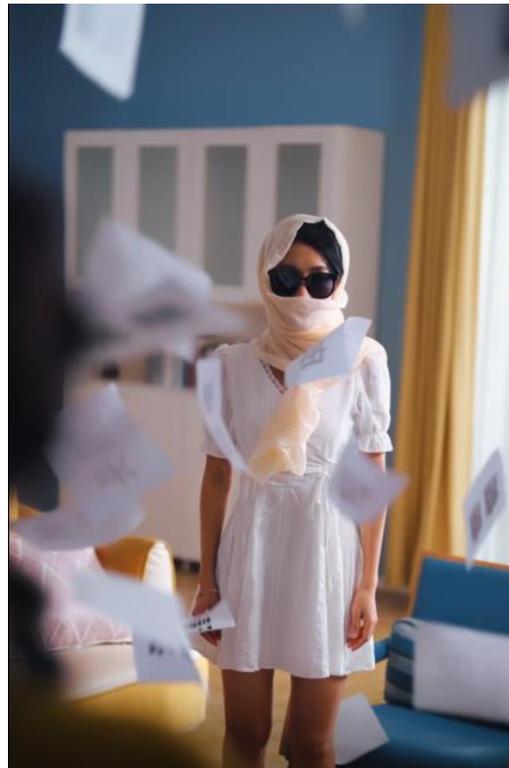
视频创意策略及亮点

- 视频角度：**六期短视频的视角**回归年轻女性消费群体本身**，聚焦女性在生活场景如职场、约会、聚会、节日中遇到的**“美力”相关问题**，及在标签之外**更深层次的“美力”价值取向**，呼应消费者自我身份认同的渴望需求。



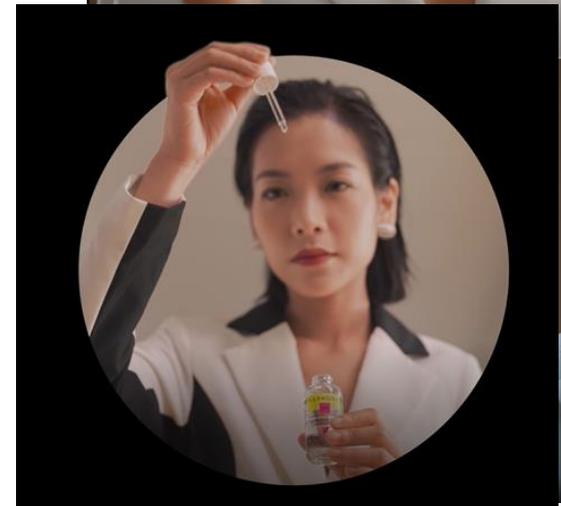
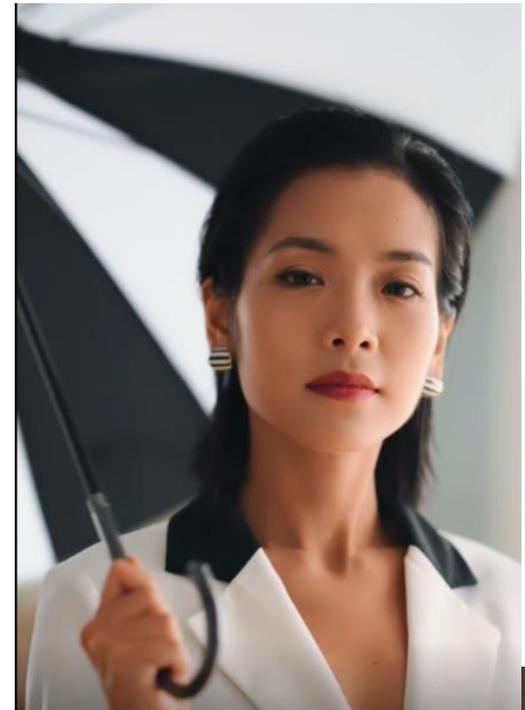
视频创意策略及亮点

- **剧情及画面设计：** 以**一人饰多角**的设计，通过**前后反转的剧情**，以及突破寻常短视频画质**电影质感**的画面，体现用户使用丝芙兰产品的愉悦性，及使用前后的状态对比。视频调性的**时尚感、先锋艺术感**和丝芙兰定位深度融合，



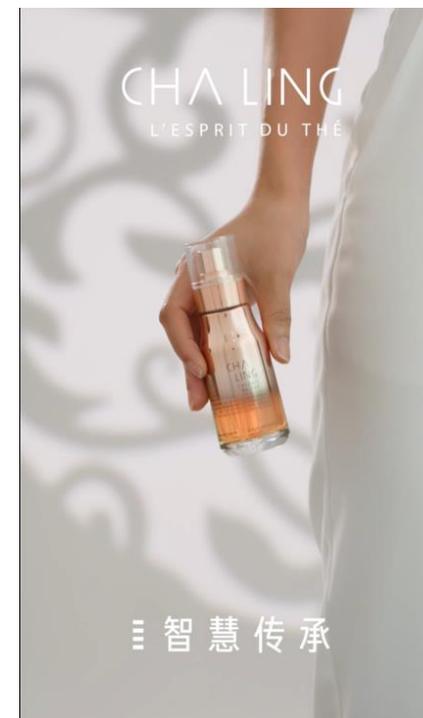
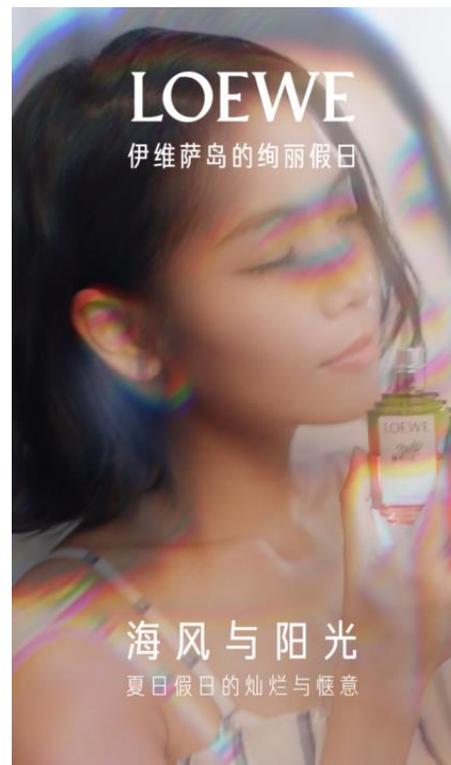
视频创意策略及亮点

- **角色设置**：基于丝芙兰美丽智慧、高雅自由的品牌气质，设计“**美力社长**”角色贯穿六期视频，巧妙地以“社长”带出“**所有关于美的答案，尽在丝芙兰**”的核心信息
- 美力大师团队，是丝芙兰品牌核心竞争力之一，他们以专业素养及前沿的美学视野，为每位消费者找到最适合的产品及最个性的妆容，提升门店的服务品质及体验，践行丝芙兰的美力承诺。
- 视频中美力大师化身为时尚、自信、专业的“美力社长”，以关键时刻“社长”出场提供智慧解决方案的剧情，以及片尾点睛的slogan占据消费者心智，塑造好感及信任度。



视频创意策略及亮点

- **产品露出：**丝芙兰门店精选潮流前沿**品牌产品与消费者场景需求匹配契合**，鼓励消费者从每一细节**释放真我美力**，引发消费者的真实兴趣及真实情绪共鸣，实现深度种草及有效拉动销售转化。



视频展示

https://www.bilibili.com/video/BV1yD4y1y75u/?is_story_h5=false&p=1&share_from=ugc&share_medium=iphone&share_plat=ios&share_source=COPY&share_tag=s_i×tamp=1665210247&unique_k=ae53tAg

视频展示

@SEPHORA尽在丝芙兰系列短片视频链接:

#关于美的第一个答案# <https://v.douyin.com/MeTy3Gc/>

#一年之“肌”，在于春# <https://v.douyin.com/MeTfopa/>

#拒绝EMO，愉悦护肤# <https://v.douyin.com/MeTBJkE/>

#向毕业焦虑SAY NO! # <https://v.douyin.com/MeThqQg/>

#这是什么东.西# <https://v.douyin.com/MeT6KGY/>

#普鲁斯特效应# <https://v.douyin.com/MeTDfNh/>

视频传播渠道及成果

- “@SEPHORA 尽在丝芙兰”系列视频在丝芙兰官方社交媒体账号（微信公众号、微信视频号、抖音、小红书、哔哩哔哩）全平台上线发布后，在**没有借助任何引流推广工具**的情况下，最终收获了**超一百四十万**的自然视频播放量和互动量及不俗口碑。
- 与此同时，丝芙兰时尚、高端、多元化的品牌形象得以进一步深化，为品牌后续发展及传播蓄力。

