

王者荣耀

M.A.C

跨界双IP多圈层引爆，M.A.C再造断货王

吻住我们能赢!

王者荣耀 × M · A · C 限量口红

MMA
CHINA 中国无线营销联盟

营销课题

M.A.C

希望通过提供品牌个性体验



来获得年轻消费的喜爱



品牌**年轻化**升级



策略思路



通过有趣的彩妆跨界合作建立年轻新用户与品牌关联
进而在社交平台上引发讨论，提升品牌话题性与热度

创意执行



扛不住诱惑：双IP加持

通过与高契合度国民游戏IP王者荣耀深度定制产品，推出5款女英雄同款口红，并借助第一女团火箭少女101扩大影响力，吸引游戏、二次元、偶像等多个圈层流量。

禁不住撩拨：沉浸式互动

M.A.C与QQ AR扫一扫技术深度合作创意互动。用户通过扫描M.A.C爆款子弹头唇膏产品，打破次元壁，“召唤”五位女英雄，体验与人物的虚拟互动，还可根据引导前往“M.A.C英雄妆备库”（网上商城）。

忍不住安利：打造超级种草机

与天天P图共同开发《王者荣耀》同款女英雄动效试妆滤镜。玩家可化身五种游戏角色，晒出自己“潮流王者”风范。互动将“游戏角色”“101女团角色”“用户角色”深度融合，再次搅动天天P图用户池，刺激玩家分享，让人人都是行走的带货王。

跳不出套路：线上线下一体化营销

最后通过线上小程序快闪店和线下智慧零售门店达到销量转化闭环。



活动效果



小程序快闪店上线仅**1小时秒空**

限时小程序首日突破**30倍**官网日均流量

活动总曝光次数**3亿+**

1400w人参与线上互动

微博指数飙升**1220%+**



活动亮点



从M.A.C的品牌年轻化需求入手，利用腾讯大数据对品牌TA进行深入分析，得出TA与王者IP玩家的高匹配，同时得出M.A.C与女英雄的高匹配以及社交舆论的高呼声，为此次合作奠定**洞察基础**

通过“**游戏**”+“**明星**”**跨界双IP刷Buff**，借助游戏IP衍生内容，一次触达美妆爱好者、游戏玩家、二次元圈人群及娱乐明星粉丝等多个人群，双向狙击年轻受众，达到三层流量叠加的效果

整合腾讯系全平台的营销资源，搭建微信小程序快闪店作为线上首发渠道，并通过闪屏联投、微信朋友圈、QQ系等资源，实现了瞬间触达的最大化，在开售当天为网站引入了日常30倍的流量

线上线下投放沉浸式体验项目，将游离在沟通圈之外的消费者转化为潜在消费者

最后在小程序快闪店和线下智慧零售门店内实现销售转化

