

Datos de portada:

Categoría 11: Eventos

Lancôme On The Ride By Makeup Squad

Lancôme (Grupo L'Oréal Argentina)

Lancôme Marketing & Trade Marketing junto a Brand Experience y PR, Agencia Ninch

1) Introducción (planteo y diagnóstico)

Lancôme es la marca de productos de belleza de lujo –número uno en el mundo –, perteneciente al grupo L'Oréal. A lo largo de su trayectoria la premisa de esta firma francesa fue -y sigue siendo- que la felicidad es la fuente inicial de la belleza. Nunca al revés. Bajo este espíritu del *Happy activism*, año tras año se llevan a cabo eventos con una marcada impronta de celebración.

En el 2020 los eventos fueron uno de los segmentos más afectados por la pandemia. Sin embargo, las restricciones no nos limitaron , pudimos reinventar contenidos en base a los contextos y protocolos, siempre buscando experiencias nuevas y sorprender a nuestra audiencia.

2) Propuesta/enunciado de campaña (estrategia)

Potenciar nuestro makeup squad; lograr mayor alcance y awareness; proponer una vivencia única que transmita felicidad a nuestras clientas y generar un anclaje a la conversión; fueron los principales desafíos que se presentaron a la hora de crear la experiencia.

Para sortearlos, creamos Lancôme On The Ride by Makeup Squad: el primer evento de belleza sobre ruedas, en el que los mejores makeup artists de Argentina nos pusieron a la vanguardia de las últimas tendencias, ahora, on the ride.

Un formato innovador que unió dos grandes tendencias de estos tiempos: el beauty y el autocine. Con un line up de contenidos centrados en el core de la marca y amplificables - tanto online como offline.

3) Desarrollo/ejecución del plan (tácticas y acciones)

En la previa presentamos la dinámica del evento en redes sociales con “hero movies” protagonizadas por nuestros brand ambassadors. A través de estas y otras piezas digitales de comunicación logramos que nuestras clientas se inscriban en la experiencia.

Al llegar, sorprendimos a nuestros invitados con un Happy Kit junto a una cuponera con looks y beneficios de la marca.

Una vez preparados, listos y en nuestras marcas ¡Arrancamos! Con un line up de contenidos increíbles para vivir al top la experiencia On The Ride: una masterclass de maquillaje del Makeup Squad, Shows en vivo con reconocidos artistas y un espectáculo con luces LED y DJ's.

Todo el país pudo seguir la experiencia beauty por streaming. Además, para aumentar la amplificación, invitamos a influencers y celebrities y les producimos contenido personalizado para publicar en sus redes.

4) Resultados y evaluación Identificación, análisis y cuantificación de los resultados.

Gracias al gran trabajo en equipo nuestro primer festival de makeup virtual fue todo un éxito. En términos de convocatoria, 200 personas se acercaron al Autocine. Asistieron 25 influencers/ celebrities y más de 3.700 personas se sumaron a la transmisión en vivo.

Por su parte, desde MKT digital se lograron 426% de visitas al e-commerce, 705% de tráfico social; 433% de tráfico directo, 144% de transacciones y 145% de revenue.

Sumado a ello, se lograron 300 publicaciones en redes y otros medios digitales que se tradujeron en más 160.000.000 de contactos alcanzados y más de ARG \$26.000.000 de retorno.

¡Pero además! Lancôme se convirtió en la primera marca de belleza en Argentina en llevar adelante una actividad de este tipo, con los protocolos correspondientes; le regalamos a las clientas un momento diferente e inolvidable, que nos mantuvo cerca en un contexto tan particular; potenciamos el posicionamiento del squad de maquilladores como los Nro. 1 en Argentina; convertimos el evento en una experiencia omnicanal, en la que todos los participantes tuvieron la oportunidad de acceder a los productos por medio de nuestro e-commerce con increíbles beneficios especiales para ellos; logramos ir a lo grande, sorprender y ser - una vez más - pioneros en innovación.