

Обзор кейсов Arive Makeup

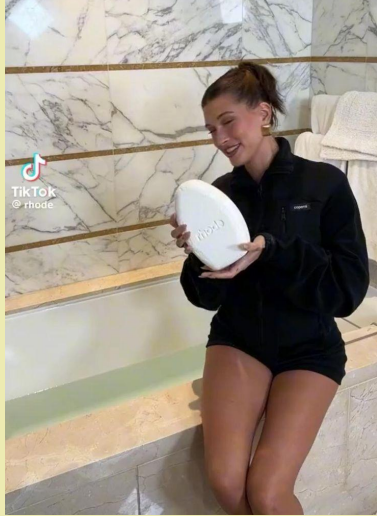


Креативные PR-рассылки против рекламной слепоты

Екатерина Ардатова — старший креативный продюсер Arive Makeup



rhode



Rare Beauty



Jacquemus

Креативная рассылка сама по себе
может не пробить баннерную слепоту

01 / История

История, в которой
хочется участвовать

Iconic Kiss: 10 оттенков — 10 ролей

1 / 3

Продукт задает сюжет

10 оттенков сатиновой помады
связываем с культовыми героинями
90- и 00-х.



Блогер делает выбор

Какой образ близок мне сегодня?
Через выбор оттенка появляется
личная история.

ANGELA



Осра Джессика Паркер
КЭРИ БРЭДШОУ
«Секс в большом городе»

В ЧЕМ ЕЁ СИЛА: Романтичная ироничность и смелость быть собой.

ЕЁ ОТТЕНОК: ANGELA

Этот светло-розовый нюд с шиммером – идеальное воплощение её натуры. В нём есть трогательная романтичность, но также и современная дерзость, ведь он заявляет о себе тихо, но уверенно. Оттенок Angela – это намёк на романтику, лёгкий флирт и внутреннюю свободу. Он не кричащий, но его невозможно не заметить. Это цвет-признание, который говорит: «Я верю в любовь, чудеса и счастливый конец, который я создам себе сама».

MAKUP
ARIVE

История продолжается в кадре

Выбрать героиню, нанести помаду,
показать свою интерпретацию
образа.



У каждого оттенка — свой образ



Pearly Gates

Эль Вудс



Angela

Кэрри Брэдшоу



Bastet

Мортиша Аддамс

Мэтч с тобой разной

1 / 3

Действие вместо распаковки

Блогер раскручивает стрелку и показывает продукт, на который она указывает.



Настроение декабря ведёт к продукту

«Горящая в дедлайнах» – тушь.
«Сияющая снаружи и внутри» –
дуохромные карандаши.



Сообщение остается в кадре

Фраза «Мэтч с тобой» на крышке связывает игру с сообщением Arive Makeup.



Сильная рассылка даёт
ГОТОВЫЙ ПОВОД ДЛЯ КОНТЕНТА

Посадить

В центре рассылки – цветочная луковица. Продукты коллекции становятся частью маленького сада.



Наблюдать

Растение меняется со временем. В концепции появляется повод вернуться к рассылке после распаковки.



Поделиться

Первый росток и цветение дают новые эпизоды для личного контента.



Готовый сет-дизайн для фото

Прозрачный акрил, мох и продукты коллекции создают визуально цельный объект.



Простой вход в съёмку

Показать коробку целиком, открыть её, рассмотреть детали и выбрать продукты для макияжа.



Связь с коллекцией

Цветы и сад раскрывают идею Morning Garden и сообщение о естественной красоте.



Креатив должен помогать
запомнить бренд

Что связывает креатив с Arive Makeup

Сюжет, продукт и сообщение работают вместе

Iconic Kiss

Оттенок помады становится способом выбрать настроение и героиню.

Продукт нужен, чтобы сыграть свою роль в истории.

Morning Garden

Цветы и маленький сад раскрывают название и эстетику коллекции.

Продукты остаются в центре визуального объекта.

Мэтч с тобой

Стрелка связывает настроение с конкретным средством Arive Makeup.

Сообщение «Мэтч с тобой» на крышке видно в блогерских обзорах.

PR-рассылки тоже могут
стать незаметными

Что возвращает внимание

Три вопроса к идее до производства

Есть ли выбор?

Риск: одинаковый сценарий распаковки для каждого получателя.

Дать человеку выбрать оттенок, роль или собственную интерпретацию.

Есть ли действие?

Риск: эффектная упаковка сама по себе не даёт продолжения истории.

Заложить возможность переиспользования или изменение во времени.

Легко ли снять?

Риск: сложная механика требует слишком много времени и объяснений.

Проверить сценарий съемки: что человек покажет в первом кадре?

Эффективность рассылки
зависит от бизнес-задачи

Что измерять

Знание о запуске

Охват и просмотры.
Упоминания бренда.
Сообщение о продукте.

CPV оцениваем
относительно
бэнчмарка и других
инструментов.

Контент

Доля получателей с
публикацией.
Число публикаций и
форматы.

Проверяем, понятна ли
идея бренда в самом
контенте.

Действия

Переходы по ссылкам.
Промокоды и заказы.
Продажи.

Рост продаж коллекции
и конкретных продуктов
по сравнению с
периодом без
поддержки

KPI задаются до запуска

2 млн+

плановый охват

50%+

конверсия
в публикацию

150+

упоминаний
у блогеров

Также в плане:

- конверсия в публикацию
- рост продаж W2W
- кол-во единиц контента
- CPV до 3 рублей

5 ПРАВИЛ СИЛЬНОЙ PR-РАССЫЛКИ

- ВОВЛЕКАЙТЕ В ИСТОРИЮ
- ДАВАЙТЕ ПОВОД СНЯТЬ
- ДЕЛАЙТЕ ПРОДУКТ ГЕРОЕМ
- МЕНЯЙТЕ ПРАВИЛА
РАСПАКОВКИ
- ВАУ ≠ ПРОДАЖИ

Рассылку хочется снять в момент распаковки, во время взаимодействия и после.

Бренд хочется запомнить.

Екатерина Ардатова

Старший креативный продюсер Arive Makeup · @marketingnerd

MAKEUP
ARIVE