YSL美妆无界VR快闪空间

- **品牌名称：**YSL圣罗兰美妆
- **所属行业：**美妆/护肤类
- **执行时间：**2022.12.01-12.31
- **参选类别：**互动体验类

结案视频

查看视频请复制链接，粘贴到新浏览器页面里观看视频

https://www.bilibili.com/video/BV1dg4y1p7qS/?share_source=copy_web&vd_source=09742ef954a95b9565151c256599857b

背景&目标

- 在重拾市场信心的后疫情时代，美妆品牌该如何尽快回归消费者视野？该怎样借助XR、虚拟空间等前沿概念打造创新互动营销，将美丽焕新接轨更多年轻用户？

- 象征着年轻、先锋、不羁的YSL圣罗兰美妆，希望**通过VR交互体验打通线上线下，全链路建立品客关系，实现高效的触达和转化。**

洞察&策略

- **千禧一代和Z世代成为美妆产品消费的主力军**，他们喜爱有创意的数字化内容和活动，追求沉浸式、定制化购物体验。
- YSL圣罗兰美妆在cdf三亚国际免税城推出限时快闪活动，借助**超大屏VR互动**打破线下空间限制，构建更加沉浸式、科技化的未来美妆体验，与消费者进行更深入的沟通和共鸣。

贯通线上线下，连接Z世代圈层文化

虚拟现实场景互动：用户戴上VR眼镜，便可一秒穿越至「YSL美妆无界虚拟店」，借助手柄实现自由位移，沉浸式探索虚拟美妆空间。

内容赋能：借助VR技术将三大美妆星品原本抽象的质地、香味、功效转化为震撼直观的视觉效果，全方位颠覆感官，带领用户领略YSL的先锋美学。

线下引流转化：在线VR体验结束后，用户还将收到专属礼品激活码，可在店铺内兑换美妆小样，成功实现品牌门店引流，助力疫情后期线下实体消费回暖。

媒介&执行

联动线上线下 精准定位客群

线上：在OTA平台与其他社媒平台进行投放

线下：定位在高客流量的cdf三亚国际免税城

精准定位新时代消费人群的同时推广国际形象，强塑YSL圣罗兰美妆先锋精神

打破线下空间限制

游客戴上VR眼镜一秒穿越至**「YSL美妆无界虚拟店」**，沉浸式探索多款经典单品，通过夺人眼球的创新场景吸引用户对YSL圣罗兰美妆品牌的关注，提升品牌影响力

沉浸式VR探索体验

在虚拟场景内，陈列在空间内的黑金方管唇膏热情绽放、自由之水香氛馥郁弥漫、夜皇后精华流光穿梭……借助VR技术，将产品质地、功效具现化，邀用户一同探索YSL先锋美学。

设置奖励机制 实现闭环

完成VR体验可兑换美妆小样，用数字科技打通线上线下体验模式，实现闭环品效合一，与用户形成更深入的情感链接。

31

AR快闪店共持续*31* 天

7000+

吸引*7000+* 用户参与VR体验

300+

平均互动时长超过*300s+*

100%

互动完成度*100%*