

Reforzar la notoriedad y credibilidad de la marca a través de nano y microinfluencers: descubre la estrategia de MAC Cosmetics

CASO DE ÉXITO - MAC COSMETICS









Cliente



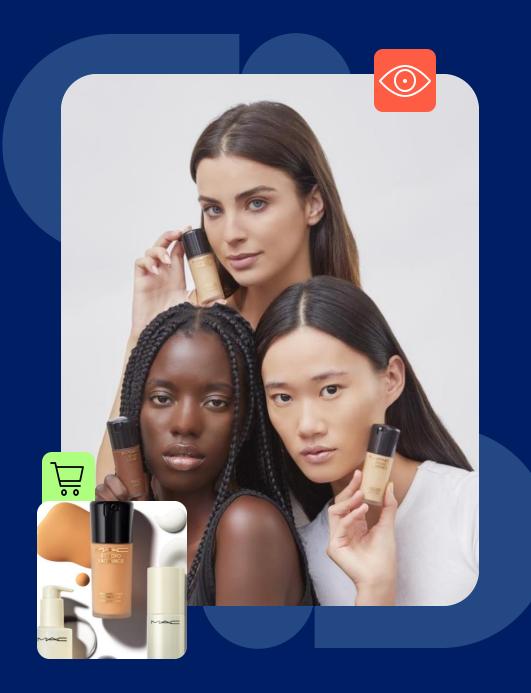
MAC Cosmetics es uno de los principales líderes del sector beauty, con productos que se venden en más de 120 países de todo el mundo.

Fundada en Toronto en 1984 por Frank Toskan y Frank Angelo, la marca MAC Cosmetics debe su creciente popularidad al **boca a boca entre los profesionales del maquillaje** durante la década de 1990.

También reconocida mundialmente por su compromiso medioambiental y social, en 1990 lanzó su primera campaña de responsabilidad social con el programa de reciclaje Back-To-MAC. En 1994 nació MAC Viva Glam, la campaña benéfica de MAC para apoyar a las mujeres, las niñas, la comunidad LGBTQIA+ y las personas que viven con el VIH/SIDA o están afectadas por él.

MAC, que forma parte del Grupo Estée Lauder desde 1998, es reconocida hoy como una referencia en el sector beauty, y hace del arte, la inclusión y la concienciación sus pilares fundamentales.







SECTOR



PÁGINA WEB

www.maccosmetics.com



CLIENTE SKEEPERS DESDE 2023



PRODUCTO SKEEPERS

Influencer Marketing



Anastasia Lolli

Consumer Marketing Manager, MAC Cosmetics

«Llevamos colaborando con éxito con Skeepers desde principios de 2023. ¿Cuál es el valor añadido de esta asociación? Los nano y microinfluencers son personas "corrientes" en las que nos reflejamos, a las que percibimos como amigos y en las que estamos dispuestos a confiar más. Esto nos ayuda a crear contenidos más eficaces, auténticos y creíbles a los ojos de nuestra comunidad.»



Contexto

Empezaron con mega-influencers

Antes de confiar en la plataforma de Influencer Marketing de Skeepers a principios de 2023, MAC Cosmetics basaba su estrategia de influencer marketing en la colaboración con mega-influencers. Las colaboraciones con micro y nano influencers, de hecho, eran esporádicas y a pequeña escala.











Objetivos

- Estimular la creación de UGC y el boca a boca
- Lanzar campañas de microinfluencia a gran escala
- Posicionarse orgánicamente en TikTok
- Promover el ADN de la marca en todos los ámbitos: no sólo los productos, sino también los servicios

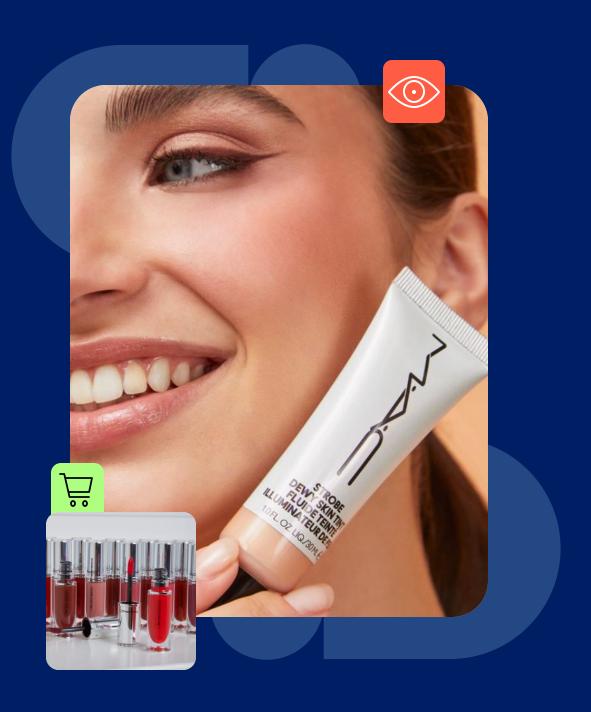












¿Qué buscaba MAC Cosmetics en una plataforma de Influencer Marketing?

- Agilización de los procesos de gestión y búsqueda de candidatos
- 2 Optimización del presupuesto
- Facilidad de analizar la performance de las campañas
- Soporte técnico y de asesoramiento en la gestión de campañas



Solución

A principios de 2023, MAC Cosmetics eligió la plataforma de Influencer Marketing de Skeepers para complementar su estrategia de influencer marketing con microinfluencers.

¿Porqué Skeepers?



Proveedor internacional utilizado con éxito también en España, Francia y Alemania



Garantía de calidad seleccionando a los creadores

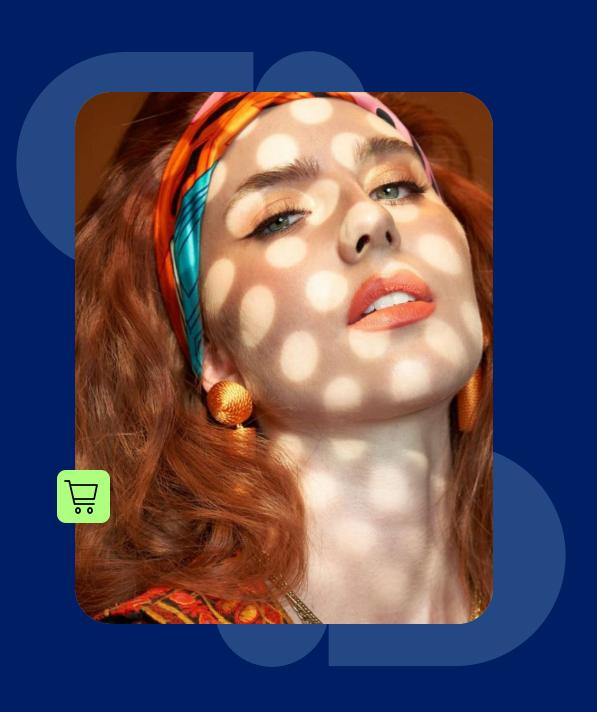


Interés garantizado gracias a las autocandidaturas de los creadores



Gifted Reviews + Influencer Marketing





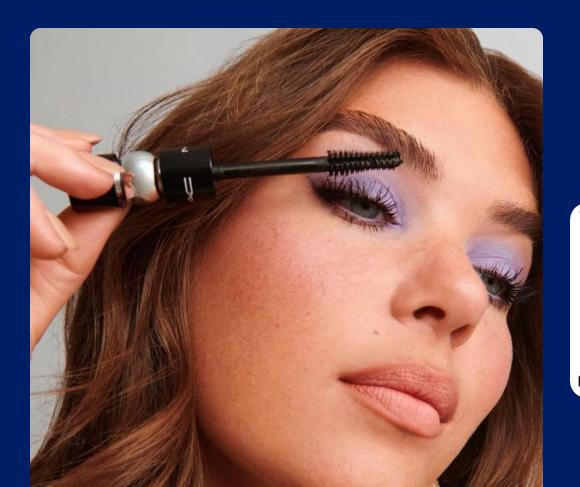
La ventajas de la micro-influencia y de gifted reviews

- 1 Autenticidad
- 2 Fidelización
- Flexibilidad y derecho sobre el contenido
- 4 Credibilidad



Campaña TOP

MACStack Mascara



Objetivo

Preparación del lanzamiento de MACStack Mascara mediante la elaboración de reseñas en forma de Gifted Reviews.

05/21/2023

Buen producto

¡Gran máscara de pestañas! Me gusta mucho el envase y la forma del cepillo. Al tener las pestañas muy cortas prefiero el cepillo pequeño a la versión estándar porque las fija mejor.

ETÀ

19-24

Excelente máscara de pestañas

Esta máscara es perfecta para las pestañas inferiores o más cortas. Tiene un efecto voluminizador y muy alargador, además de separar bien las pestañas entre sí y no emborronarse. ¡Sin duda volveré a comprarla!

ETÀ 19-24

05/22/2023

¡¡Excelente máscara de pestañas!!

Me encantó desde el principio. La fórmula no es muy líquida y no da problemas de secado, el color es muy intenso. El efecto es bastante voluminizador y alargador. La recomiendo totalmente.

ETÀ

19-24



Resultados obtenidos

Gifted Reviews: MACStack Mascara

60

Recopilación de reseñas

100%

De las reseñas recopiladas recomendaban el producto

4.4/5

Valoración global del producto



Campaña TOP

Glass Lips



Objetivo

Relanzar un producto histórico en el catálogo de la marca aprovechando las tendencias actuales.







Resultados obtenidos

Influencer Marketing: Glass Lips en Instagram

37

+312K

4%

+76K

Posts

Impresiones

Engagement Rate

Reach



Resultados obtenidos

Influencer Marketing: Glass Lips en TikTok

10

+137K

3%

Publicaciones

Impresiones

Engagement Rate



Instagram

VS

TikTok

Búsqueda de la perfección estética

Fuerte presencia de marca

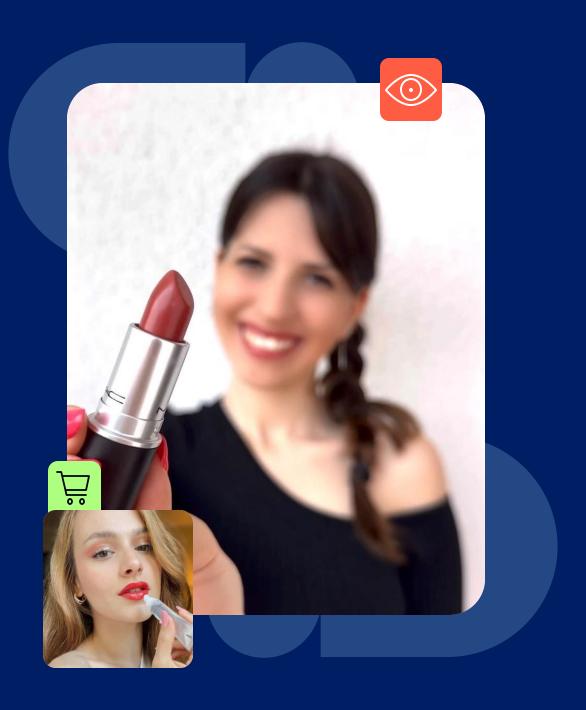
Las páginas de marca son la principal fuente de información

Plataforma más genuina y centrada en el creador

Preferencia por contenidos orgánicos, no puramente de marca

Los creadores son la principal fuente de audiencia





Tips: ¿qué buscar en un influencer?

- KPI cuantitativos: número de seguidores, ER, awareness (views)
- Afinidad con la marca y los productos de la campaña
- Prevalencia de la base de seguidores en Instagram o TikTok



Los retos para el 2024

- Crear al menos tres contenidos virales
- Fortalecer la colaboración con los perfiles con mejor performance
- Mejorar el conocimiento de los servicios ofrecidos por la marca, no solo de los productos.











Testimonial

¿Cómo aprovechar al máximo el poder del UGC?





Anastasia Lolli
Consumer Marketing Manager, MAC Cosmetics

«El primer consejo que me gustaría dar para aprovechar al máximo el UGC es impulsar también a través de la publicidad contenidos orgánicos que funcionen especialmente bien en las redes sociales. Además, las reseñas no son un fin en sí mismas, sino que pueden ser una excelente herramienta que se puede utilizar en todos los canales de comunicación disponibles para fortalecer la autenticidad y credibilidad de la marca.»



The UGC Solution Suite

Get real with your content

Agenda una demo

