Influencer Marketing

Comment LANEIGE a réussi son lancement de produit sur Sephora grâce à des avis consommateurs authentiques.

CAS CLIENT - LANEIGE

LANEIGE

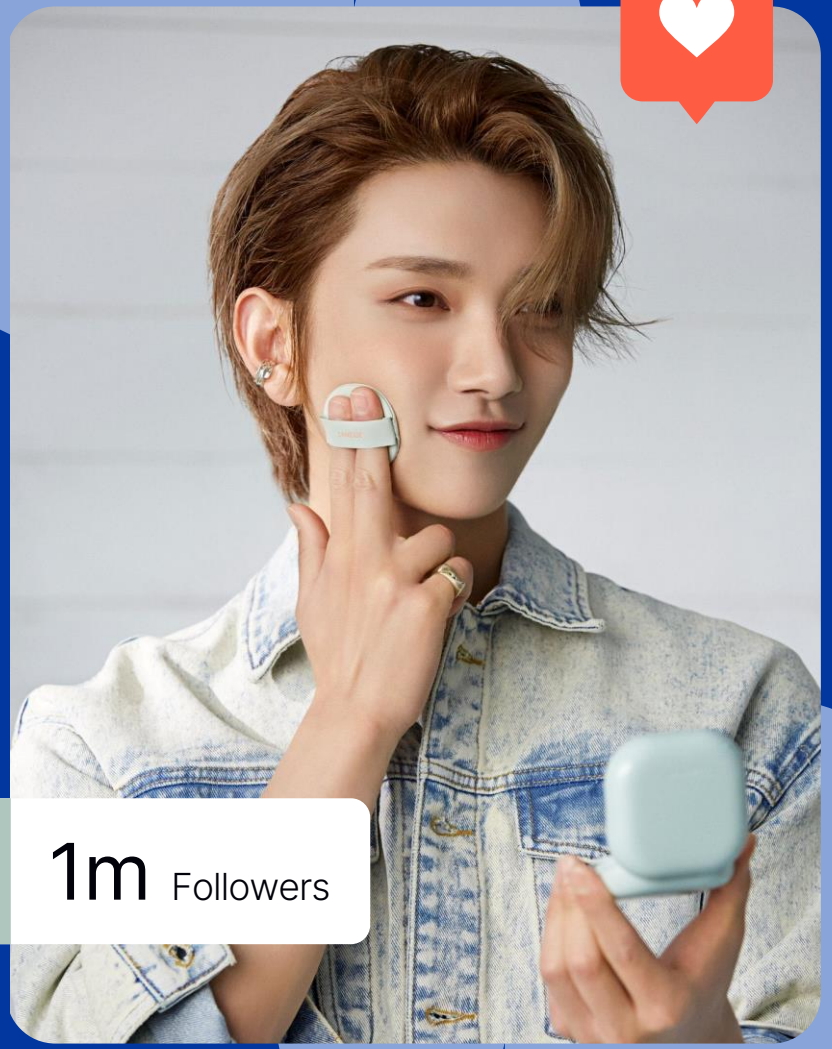
Skeepers

Le Client

Laneige est une marque de cosmétique innovante.

Laneige est une marque coréenne créée en 1994 par le groupe Amorepacific. Elle propose des produits axés principalement sur l'hydratation de la peau grâce à sa technologie brevetée « Advanced Water Science Technology »™.

Expert dans ce domaine, Laneige est très apprécié par les consommateurs beauté notamment avec le masque de nuit hydratant « Water Sleeping Mask » ou encore son best-seller, le « Lip Sleeping Mask ».



1m Followers

SECTEUR D'ACTIVITÉ
Beauté

SITE WEB
us.laneige.com

CLIENT SKEEPERS DEPUIS
2018

PRODUITS SKEEPERS
Influencer Marketing

Paul CONNORS

Vice President – Head of Premium Division chez AMOREPACIFIC

"Skeepers Influencer Marketing nous permet de faire connaître notre marque et nos produits à une base de clients qualifiés à laquelle nous n'aurions peut-être jamais eu accès autrement."

Contexte et objectifs

Maximiser l'achat pour un lancement de produit

LANEIGE savait que le caractère inédit de sa « Cream Skin 2-in-1 Toner & Moisturizer » représentait une opportunité pour la marque de générer du buzz et une forte désirabilité avant même le lancement officiel. Il était donc crucial que la **page du produit soit enrichie de témoignages authentiques de clients** l'ayant testée pour faire en sorte que le jour du lancement sur Sephora.com, les clients intéressés puissent le mettre au panier en toute confiance.

CAS CLIENT - LANEIGE

Solution

312 témoignages authentiques 3 semaines

Pour LANEIGE, sensibiliser les potentiels acheteurs sur le protocole de soin était clé pour s'assurer qu'ils l'utilisent correctement et puissent en observer la meilleure efficacité.

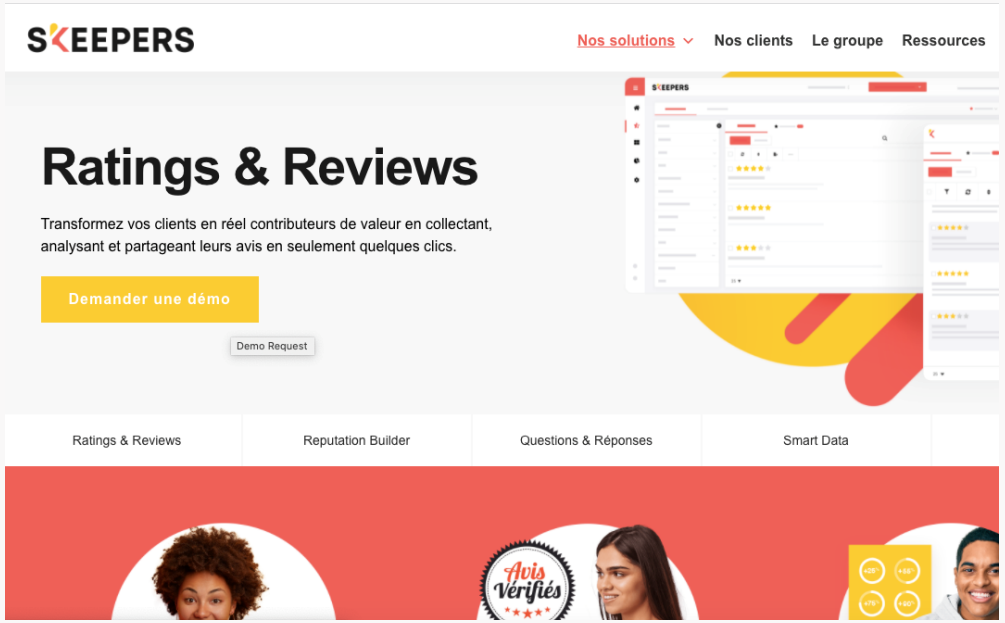
C'est la raison pour laquelle ils ont fait appel à Skeepers : nous avons envoyé le produit à 330 consommateurs de notre communauté ayant demandé à le tester, générant ainsi 312 témoignages authentiques (soit un taux de 95% d'avis obtenus par rapport au nombre de produits envoyés) en seulement 3 semaines sur la page du produit sur Sephora une semaine avant le lancement ! La campagne mise en place sur Skeepers Influencer Marketing pour proposer de tester le produit a été clôturée en moins de 48 heures, ce qui indiquait que le produit était doté d'un fort potentiel d'attractivité et qu'il devrait être plutôt bien perçu par les clients Sephora !

CAS CLIENT - LANEIGE

Solution

L’avis client : avec un système de crédits optimisant l’envoi de produits

En utilisant le système de crédits, LANEIGE a pu éviter l’envoi de produits superflus et donc le gaspillage, et s’assurer de recevoir le nombre d’avis souhaité dans les délais impartis. Lorsque les consommateurs demandent à tester un produit, on reproduit les habitudes d’achat traditionnelles : ils choisissent ce produit, le commandent et ils ont envie de donner leur avis à d’autres acheteurs potentiels. C’est comme cela que Skeepers garantit l’authenticité des avis fournis par les consommateurs de sa communauté. Ce niveau de « brand safety » est prioritaire pour une marque qui choisit d’envoyer ses produits en tests à des consommateurs en échange d’avis authentiques.



CAS CLIENT - LANEIGE

Résultats en 3 semaines

312

Avis

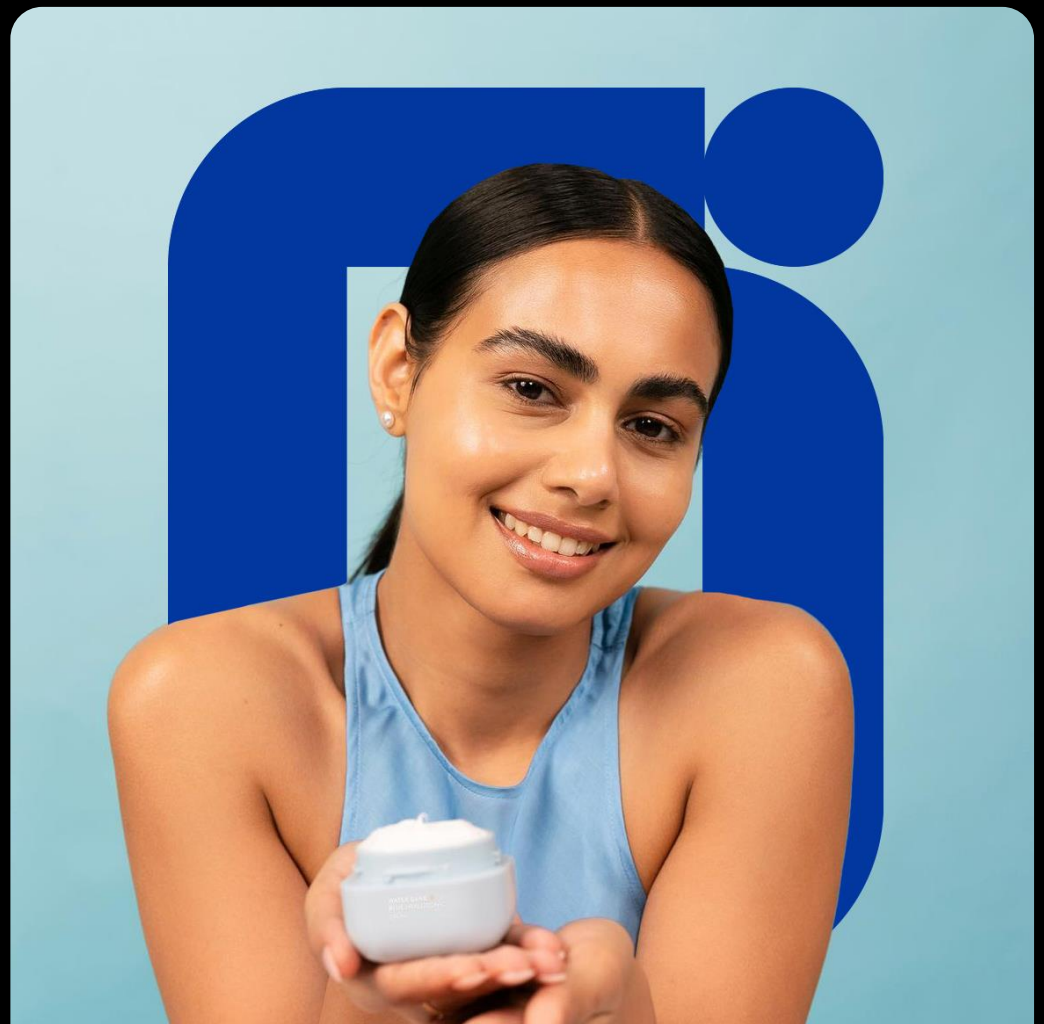
97%

Recommandent le produit

4,7/5

Note moyenne

Résultats



Paul Connors

Vice President – Head of Premium Division

chez AMOREPACIFIC

"Nous avons trouvé en la solution d'influence Skeepers la combinaison parfaite : une solution capable de nous garantir le nombre d'avis que l'on considère être optimal pour nos pages produits, et cela, à un prix raisonnable. Les avis reçus étaient tous très approfondis, ce qui est très important pour les consommateurs qui les consultent avant l'achat. Skeepers Influencer Marketing nous permet de faire connaître notre marque et nos produits à une base de clients qualifiés à laquelle nous n'aurions peut-être jamais eu accès autrement."

THE UGC SOLUTION SUITE

Get real with the brands you love

Book a Demo