Influencer Marketing

In che modo PUPA ha raggiunto più di 3.5 milioni di persone grazie ai micro-influencer?

CASE STUDY - PUPA

Skeepers

PUPA MILANO

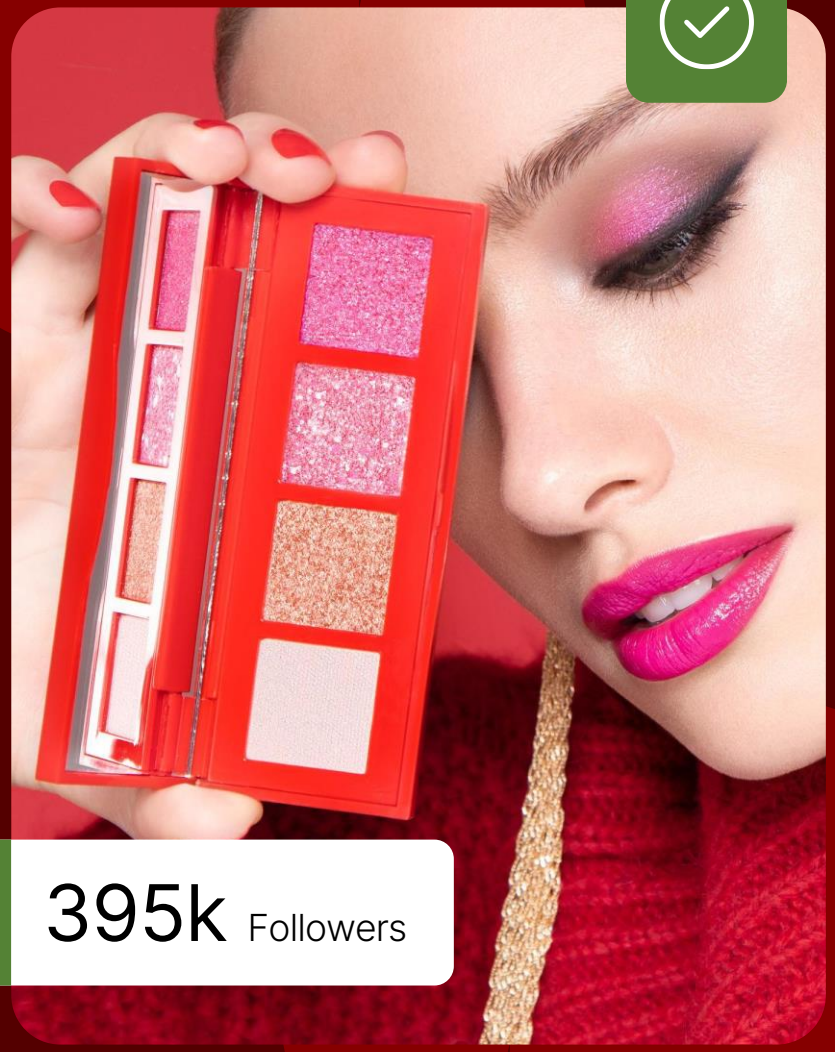
Cliente

Fondata nel 1975, PUPA Milano è una marca di cosmetici celebre sul mercato per la produzione di trousse dal caratteristico colore rosso e dalle strutture originali.

PUPA ha fatto del colore, del design e del Made in Italy il suo cavallo di battaglia espandendosi in più di 70 Paesi al mondo.

Dopo essersi affermata del mondo della cosmetica, PUPA ha esteso la propria produzione anche a prodotti per la cura del corpo e del viso.

Sin dalla sua fondazione, l'obiettivo del brand è quello di portare nel mondo la bellezza e il Made in Italy.



395k Followers

SETTORE D'ATTIVITÀ
Bellezza

SITO WEB
www.pupa.it

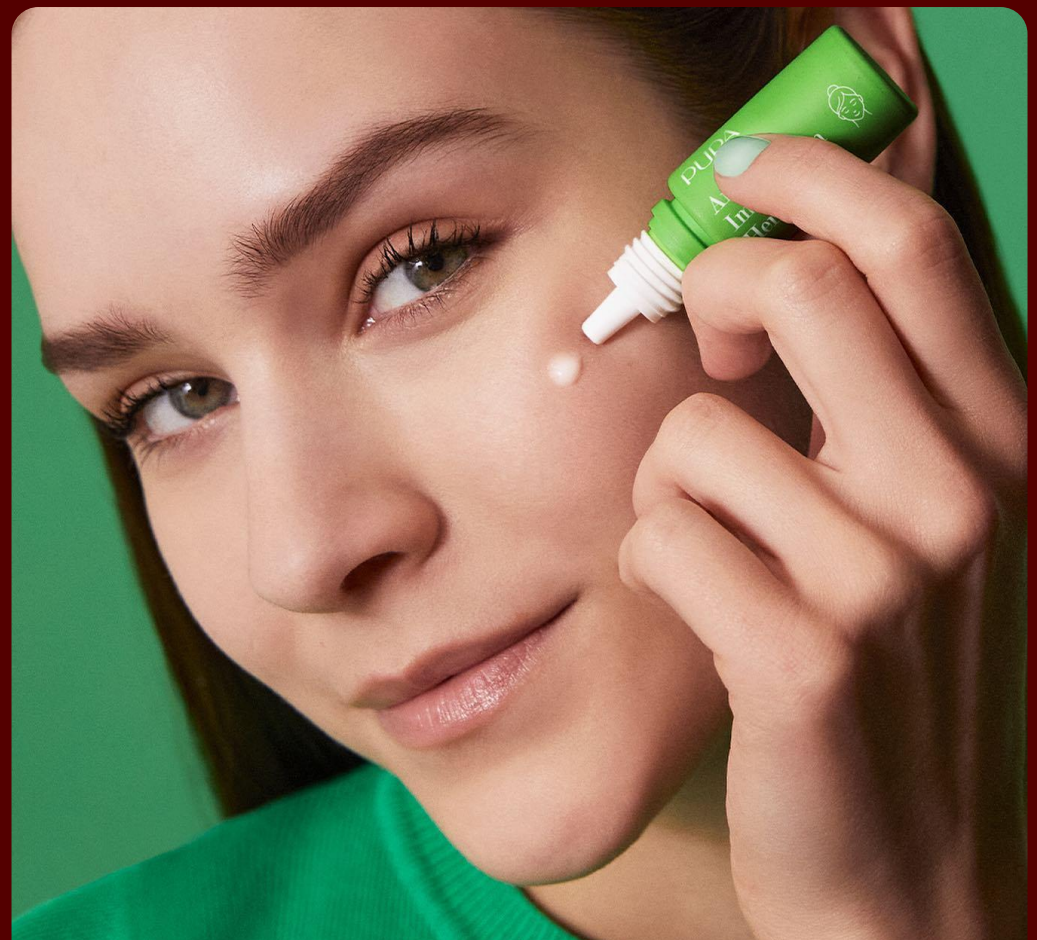
CLIENTE SKEEPERS DAL
2019

PRODOTTI SKEEPERS
Influencer Marketing

Laura Clerici
Communication & Digital PR Manager, Pupa Milano

«Ci siamo affidati alla soluzione di Influencer Marketing di Skeepers per implementare la nostra strategia di influencer marketing. Insieme a Skeepers abbiamo sfruttato le nuove leve del social e del digital per arrivare al nuovo target dei giovanissimi attraverso un revival dei nostri prodotti più iconici degli anni 2000.»

Contesto e obiettivi



Raggiungere un nuovo target attraverso i social

PUPA ha deciso di affidarsi alla **soluzione di Influencer Marketing di Skeepers** per avere un supporto nella propria strategia digitale in grado di **rispondere alle nuove sfide del mercato. L'obiettivo di PUPA era quello di entrare in contatto con le nuove generazioni di consumatori presenti sulle piattaforme social e digital,** frutto della nascita di nuove leve di comunicazione.

La **curiosità che contraddistingue il brand,** lo ha portato ad affidarsi ai **nano e micro-influencer di Skeepers** per essere sempre più vicino a questo nuovo giovane target.

Contesto e obiettivi

Fare un revival del proprio heritage promuovendo il best seller degli anni 2000

Con la **campagna Angel&Devil,** PUPA ha voluto fare un revival del suo prodotto best seller degli anni 2000. L'obiettivo era quello di **celebrare il successo di quegli anni** mostrando come, anche se il modo di truccarsi si è modificato negli ultimi 20 anni, è sempre possibile utilizzare lo stesso cofanetto e PUPA rimane sempre un leader del settore.

Da sempre, infatti, **i cofanetti di PUPA sono il marchio di fabbrica del brand.**

Soluzione

Collaborare con nano e micro-influencer

PUPA ha deciso di utilizzare la piattaforma di Skeepers per **entrare in contatto con nano e micro-influencer, animare la propria community e celebrare la propria identità attraverso uno dei suoi prodotti più iconici.** PUPA si è affidata a nano e i micro-influencer perché, nonostante abbiano community più piccole, **sono percepiti come amici esperti dalla loro community e hanno un impatto maggiore sulla decisione di acquisto. La piattaforma di Skeepers ha consentito al brand di distinguersi dai propri competitor affermando la propria identità e arrivando a un target giovane con nuove aspettative ed esigenze:** autenticità, volontà di essere ascoltato e rappresentato da figure simili a lui.

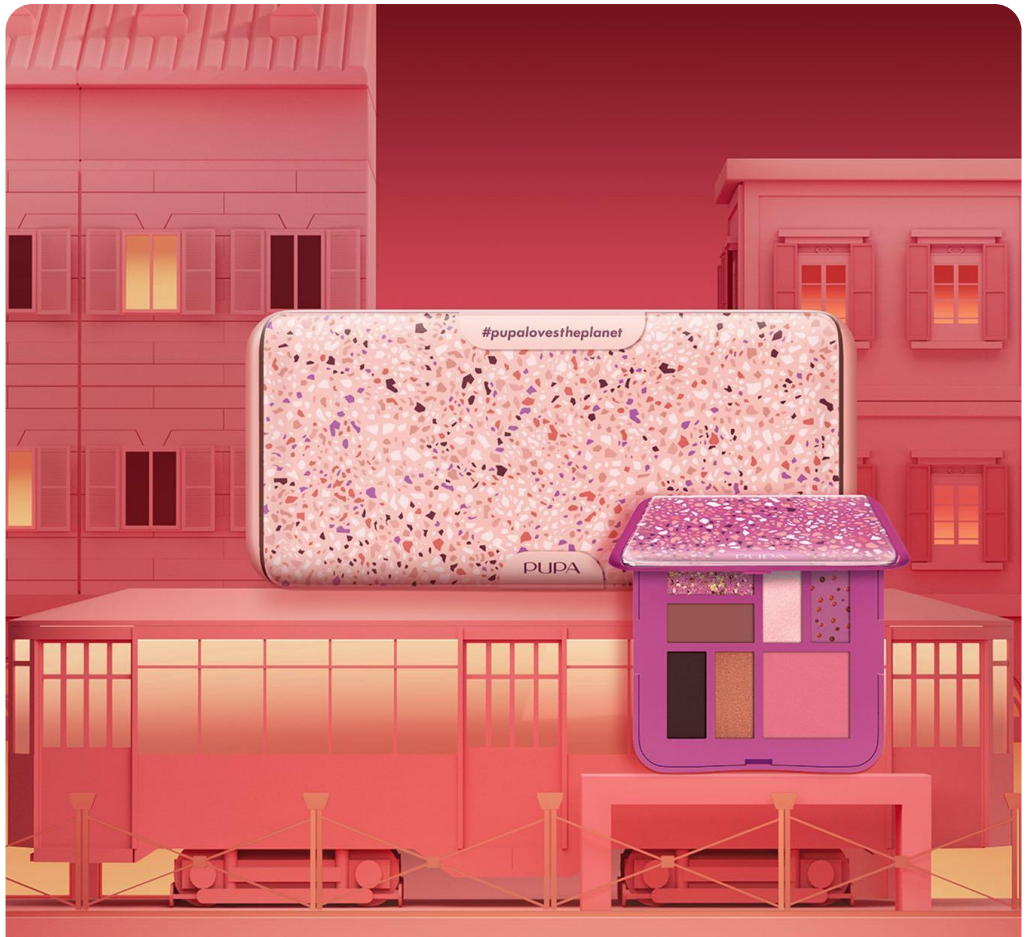
CASE STUDY - PUPA

La campagna ANGEL&DEVIL

PUPA ha realizzato la **campagna Angel & Devil** con uno scopo ben preciso: **celebrare i prodotti più iconici del brand dimostrando di essere all'altezza delle aspettative delle nuove generazioni.** Da qui il brief della campagna: **mettere a confronto il modo di truccarsi degli anni 2000 con quello del 2022, utilizzando sempre lo stesso prodotto!**

CASE STUDY - PUPA

La campagna ANGEL&DEVIL



Federica Gatti
PR and Digital PR, Pupa Milano

«Grazie alle influencer presenti sulla piattaforma di Influencer Marketing di Skeepers abbiamo dato vita a una campagna molto carina per ricordare le radici di Pupa. Data la qualità dei contenuti realizzati, alcuni di essi sono stati riutilizzati anche da noi sulle pagine del brand.»

CASE STUDY - PUPA

Il potere del formato video e le tendenze del mercato

PUPA ha deciso di incentrare la sua campagna sul **formato video attraverso Reels e stories.** Il nuovo aggiornamento della piattaforma di Influencer Marketing di Skeepers che permette di **aggiungere come asset anche i Reels,** infatti, ha giocato un ruolo fondamentale nel successo della campagna.

Per il settore beauty, il formato video è fortemente impattante grazie alla centralità che dà al colore e al make up.

CASE STUDY - PUPA

Il potere del formato video e le tendenze del mercato

Laura Clerici
Communication & Digital PR Manager, Pupa Milano

«Il mercato oggi spinge sempre di più verso video, stories, Reels. Lo stesso Instagram, quando non pubblichi da un po', ti chiede se vuoi realizzare un Reels con le tue foto. Quella di affidarsi al formato video, quindi, è stata una scelta naturale dato il potere di questo formato.»

CASE STUDY - PUPA

I risultati della campagna ANGEL&DEVIL:

255
Candidature ricevute

30
Influencer selezionate

122K
Interazioni

5,53%
Engagement Rate

4.536
Interazioni medie per post

3.5 M
Reach Totale

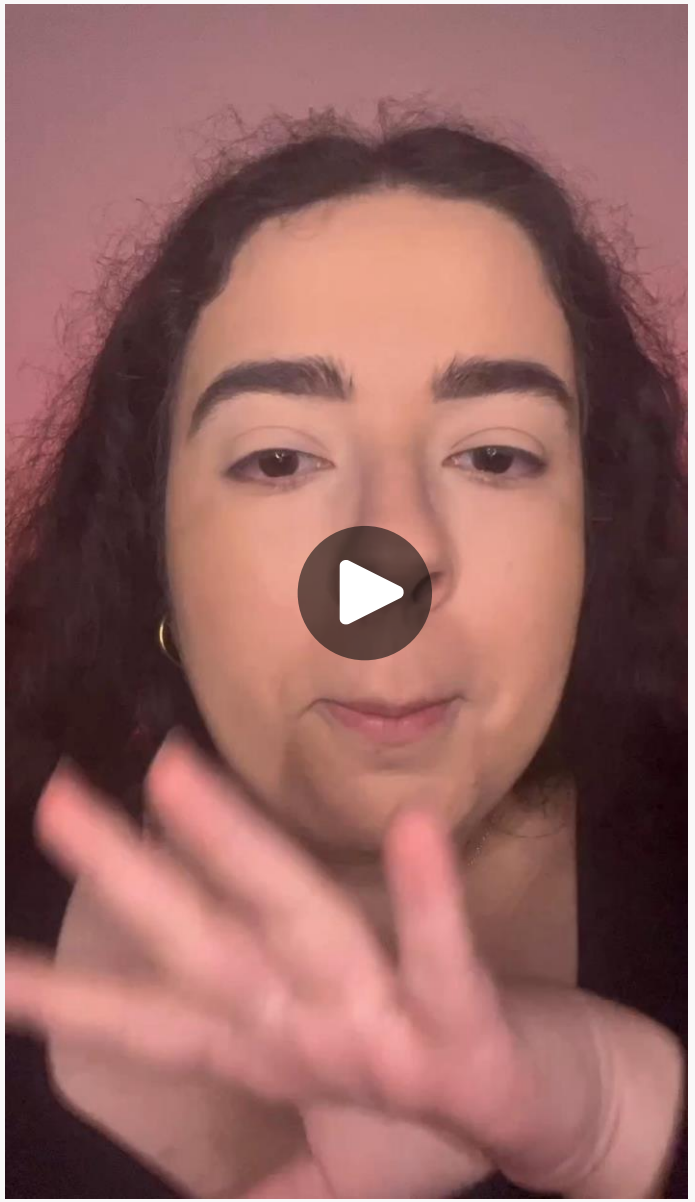
CASE STUDY - PUPA

I risultati su Instagram:

14.181
Like

1289
Like in media per post

4.79%
Engagement Rate



CASE STUDY - PUPA

I risultati su TikTok:

108.302
Visualizzazioni

6769
Visualizzazioni in media per post

7.62%
Engagement Rate

I post delle Influencer

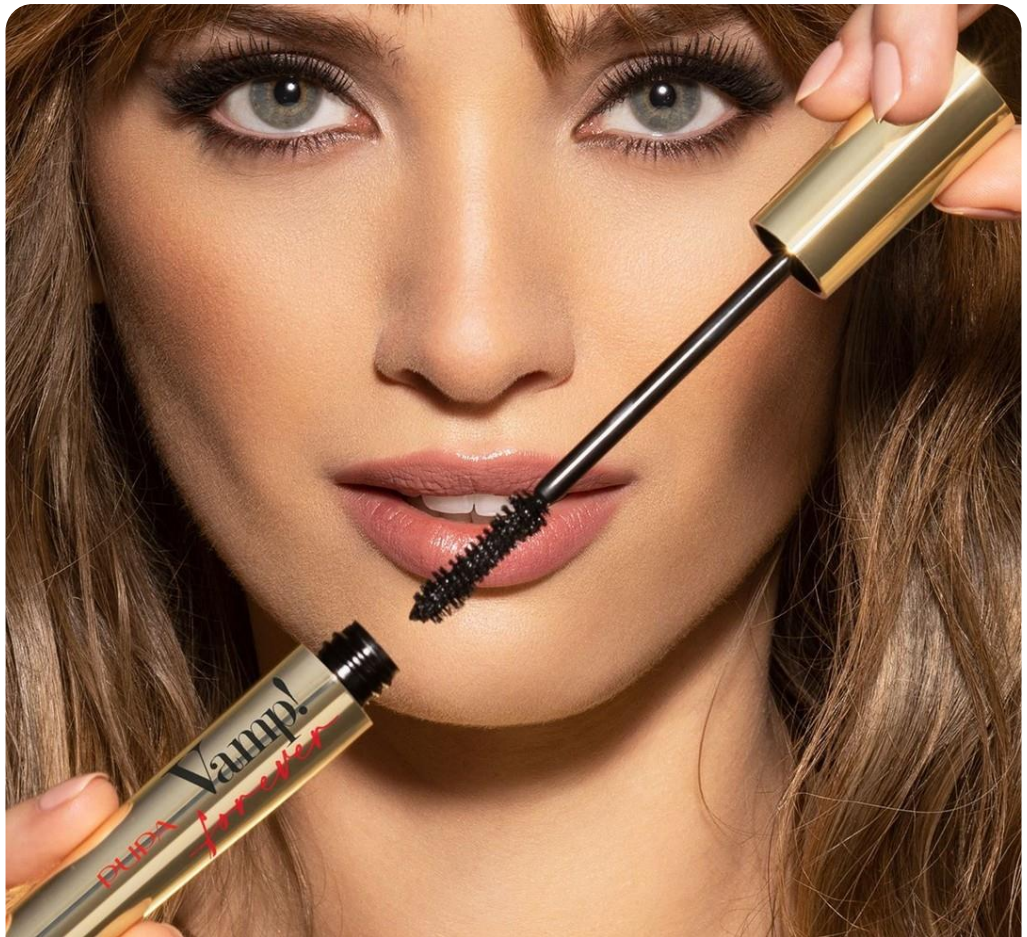
L’esperienza di PUPA

I punti di forza della soluzione di Skeepers secondo PUPA:

- In un mercato come quello dell’Influencer Marketing ormai saturo, lavorare con i micro-influencer della piattaforma di Skeepers permette di raggiungere **una community molto più affine, coesa e attiva** andando oltre i grandi nomi.

- La soluzione di Influencer Marketing di Skeepers è una leva privilegiata da inserire in una strategia di Influencer Marketing più ampia. **La piattaforma è molto snella, smart e, soprattutto, autentica.**

Le sfide per il futuro



Le sfide di Pupa per il 2023:

- Costruire una strategia di Influencer Marketing in grado di **anticipare e cavalcare i trend.** Nel mondo digitale è importante essere sempre in prima linea e conoscere le nuove tendenza. **Costruire una strategia solida, anche grazie alla piattaforma di Influencer Marketing di Skeepers, è un alleato fondamentale per aiutare Pupa in questa missione.**

THE UGC SOLUTION SUITE

Get real About your feedback

Richiedi una demo