



Influencer Marketing
Gifted Reviews

El alcance se une a la eficacia: cómo aumenta BIODERMA la notoriedad de su marca gracias a Skeepers

CASO DE ÉXITO – BIODERMA



BIODERMA
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE

Cliente



BIODERMA es una empresa del Grupo NAOS especializada en cosmética dermatológica.

Su historia de éxito empezó hace 46 años: el biólogo y farmacéutico francés Jean-Noël Thorel desarrolló los primeros productos en 1977. Con la fundación de BIODERMA en 1985, Thorel se centró desde entonces en el **cuidado de la piel**. El **enfoque holístico** de la marca es único. Se manifiesta en el principio de la ecobiología, que aúna «ecosistema» y «biología». Según este concepto, la piel se considera un ecosistema vivo que interactúa y cambia con su entorno. Con una amplia gama para diferentes tipos de piel y un enfoque particular en la protección solar, **BIODERMA** se ha consolidado como la **principal marca del sector del cuidado de la piel**. En la actualidad, BIODERMA está presente en más de un centenar de países.





7k Followers



SECTOR
Beauty



CLIENTE SKEEPERS DESDE
Enero 2023



SOLUCIÓN DE SKEEPERS
Influencer Marketing
Gifted Reviews



PÁGINA WEB
<https://www.bioderma.es/>



Contexto y objetivos



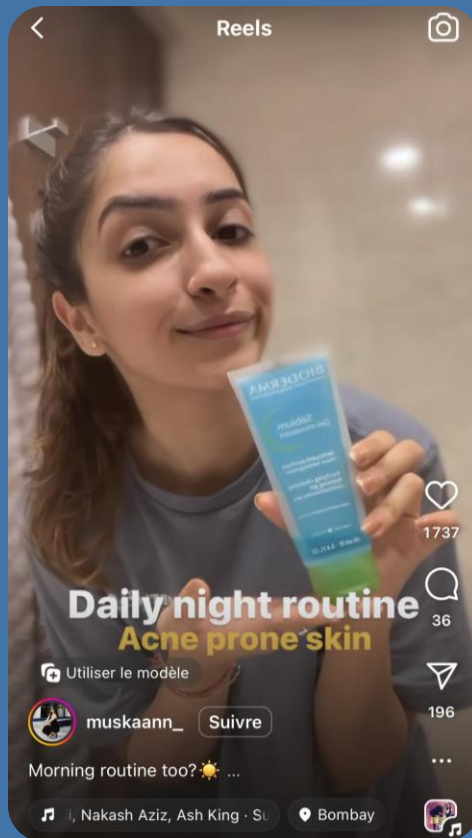
Aumentar la notoriedad y visibilidad de la marca

Tras la colaboración exitosa de BIODERMA con Sleepers en España, se lanzó la primera campaña de Sleepers en Alemania en enero de 2023. **La colaboración pretendía aumentar significativamente el alcance y la notoriedad de la marca BIODERMA en Alemania.**

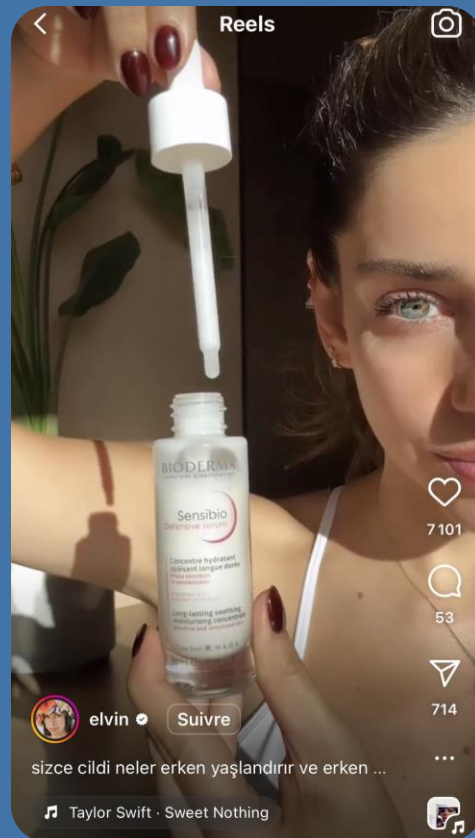
Asimismo, debían **generarse reseñas de productos** para **aumentar la visibilidad y la reputación digital** entre los e-commerce minoristas. BIODERMA confiaba hasta la fecha en unos pocos microinfluencers para llevar a cabo campañas de influencia. Ello planteaba el reto de encontrar creadores de contenido adecuados. La colaboración con Sleepers permitió a BIODERMA implantar, **profesionalizar y ampliar** los procesos de **activación** y gestión de **influencers**.



Solución



Créditos de la imagen: @ muskaann_a
través de Instagram



Créditos de la imagen: @elvin a través
de Instagram

Una plataforma para estructurar tu estrategia de microinfluencers

Para alcanzar los objetivos predefinidos, BIODERMA optó por las soluciones de Sleepers **Influencer Marketing** y **Gifted Reviews**. A partir de la gran selección de influencers en la plataforma de Sleepers, BIODERMA utilizó filtros para seleccionar a aquellos que **encajaban mejor con la marca** en términos estratégicos. La marca también definió desde el principio el número de colaboraciones con influencers relacionados con la campaña. La función integrada de «Perfil personal» de la plataforma permitió llevar a cabo **una segmentación precisa**, garantizando así la máxima relevancia de los perfiles.

Esto simplificó considerablemente el proceso de selección de la marca de cosmética, haciéndolo mucho más eficaz. BIODERMA lanzó seis campañas (a fecha de junio de 2023) en **Instagram y TikTok**. Un total de **788 influencers se presentaron** a las campañas que se organizaron, de los cuales, la mayoría tenían una edad comprendida entre los 27 y 38 años y eran mujeres. Finalmente, se estableció una colaboración con **138 influencers**.



Solución

Gestión: plan de campaña de influencers



Créditos de la imagen: @off.kuprikova a través de Instagram



Créditos de la imagen: @janaxskincare a través de TikTok

Junto con el desarrollador del producto, **BIODERMA** definió las características del producto que los influencers debían destacar especialmente. A continuación, la gestora digital de NAOS desarrolló **planes de campaña** y elaboró un **informe detallado** para los influencers. Esto incluía los mensajes clave, los hashtags adecuados e información sobre lo que debía evitarse al presentar los productos. Una vez **aprobada la colaboración**, se enviaron los productos a los influencers. Se generaron un total de 97 publicaciones.

Como parte de la solución **Gifted Reviews** de Sleepers, **se enviaron artículos de BIODERMA a los consumidores** para que estos hicieran llegar reseñas en forma de texto y de estrellas. Se publicaron en la página web de BIODERMA y en los **retailers asociados** DocMorris y Shop Apotheke.



Resultados en Instagram

5,13 % engagement rate

176 K impresiones

813 K followers

173 K alcance

9 K€ EMV (valor mediático)

39 K likes

1 792 comments

139 stories



CASO DE ÉXITO-BIODERMA

Resultados en TikTok



5,20 % engagement rate

2 K views

106 likes

2 comments



Resultados



141 reseñas

4,98/5 valoración general

BIODERMA recibió un total de **141 reseñas de productos** con una puntuación general de 4,98 sobre 5 estrellas a través de **Gifted Reviews**. De esta forma, se reforzó de forma sostenible la confianza de los consumidores en la eficacia de los productos.

Además, las reseñas positivas aseguraron un **posicionamiento más sólido** entre los e-commerce minoristas. Los resultados confirman el éxito de las campañas con Sleepers y respaldan significativamente a la marca de cosméticos BIODERMA en la **consecución** de sus **objetivos** en e-commerce y redes sociales.



Gifted Reviews (reseñas con regalo)

Mandy Bettzieche



#unregalodebioderma Esta crema es genial, hidrata mucho y se absorbe inmediatamente. **No tiene fragancia**, por lo que es perfecta para mi hijo pequeño; nos **encanta esta crema** y la usamos a menudo.

Sara Peppel



El producto funciona muy bien. La piel de la **cara** queda **más uniforme** y, por fin, vuelvo a sentirme bien. La textura es agradable y también me encanta el olor. Una auténtica maravilla. #unregalodebioderma

Laura Kreideweiß



#unregalodebioderma Tuve la ocasión de probar Bioderma Atoderm Crème Ultra de forma gratuita, con unos resultados excelentes desde la primera aplicación: inmediatamente **noté la piel más suave y cuidada**.



Conclusión



Gracias a **Skeepers**, **BIODERMA** pudo **alcanzar** los objetivos que se marcó en cuanto a **alcance y notoriedad de la marca**. Las campañas de influencia y las reseñas de productos contribuyeron significativamente a **aumentar la visibilidad** de los **productos** anunciados y la confianza de los consumidores. Una comunicación clara y **sesiones informativas específicas** contribuyeron al éxito de las campañas. BIODERMA consideró especialmente positiva la **disposición constante a ayudar** de Skeepers y el proceso de colaboración profesional y fluido.

Debido al **éxito de la colaboración**, BIODERMA también pretende llevar a cabo proyectos con Skeepers en el futuro. Para tal cometido, se utilizarán los conocimientos adquiridos en campañas anteriores para optimizar las actividades futuras. De este modo, la colaboración con influencers será un éxito continuo. La empresa tiene previsto lanzar nuevas líneas de productos en un futuro próximo y seguirá centrándose en ingredientes de calidad y colaborando con los influencers adecuados. Gracias a la **colaboración con Skeepers**, la marca BIODERMA podrá seguir **consolidando su posición como líder del sector** del cuidado de la piel.



Cita



Créditos de la imagen: @mylittleboxde a través de Instagram



Jana FIRHER

Gestora digital de NAOS Deutschland GmbH

La **colaboración** con Sleepers supone un **gran activo para BIODERMA**, ya que hemos podido aumentar significativamente nuestro alcance y conocimiento de marca, y seguiremos haciéndolo. La colaboración profesional y fluida nos ha impresionado. Esperamos dar continuidad a esta historia de éxito y consolidar aún más nuestra posición como la principal marca en el cuidado de la piel con Sleepers.



THE UGC SOLUTION SUITE

Get real with your community

Agenda una demo

