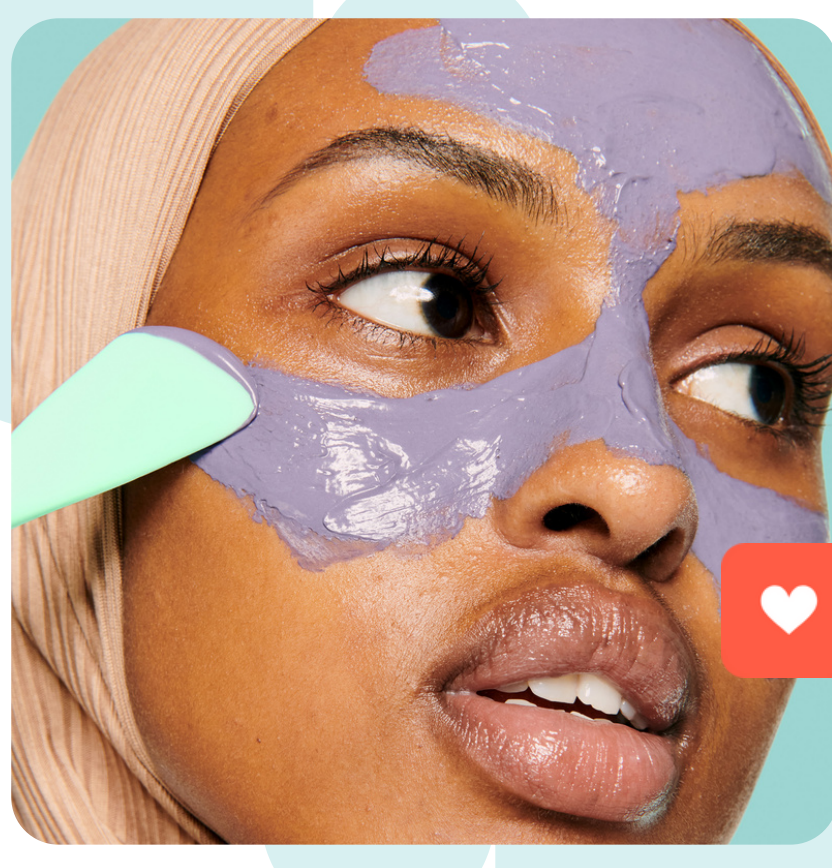


CASE STUDY

# Ecco in che modo Benefit collabora con successo con nano e micro-influencer



CIRCA



Scopri il brand di make-up per sopracciglia numero 1 al mondo. La storia di Benefit Cosmetics comincia negli anni '70 a San Francisco, dove le sorelle Jean e Jane hanno sviluppato il brand intorno a prodotti iconici come il blush liquido per labbra e guance, il mascara...

Oggi il brand conta più di 3.000 brow bar e quasi 6.000 professionisti. Tutto questo in 5 continenti e in quasi 60 paesi. Il brand è riuscito a imporre la sua identità affabile e divertente.

SFIDE

Cliente della soluzione di Influencer Marketing di Skeepers dal 2017, Benefit Cosmetics ha una forte necessità di influencer dovuta al suo settore focalizzato sulla bellezza, nonché alla necessità di sviluppare costantemente campagne accattivanti per il suo pubblico. Infatti, ogni due mesi, il brand cerca di lanciare nuove campagne per attirare e coinvolgere il suo pubblico.

Una volta identificata l'esigenza di nuove pubblicazioni, il brand ha bisogno di ambassador adatti alla sua immagine e al suo DNA: divertente, colorato e casual. La ricerca e la selezione degli influencer è quindi essenziale per lanciare campagne efficaci e adatte a Benefit.

Un'altra sfida, non secondaria per il brand, ora sotto la proprietà del gruppo LVMH Moët Hennessy Louis Vuitton: ottimizzare la selezione degli influencer, la produzione dei contenuti e la gestione e l'analisi della performance delle campagne.



*L'influenza è uno strumento molto importante per noi, poiché ci permette di comunicare come abbiamo sempre voluto ed enfatizzare i valori più importanti per noi.*



**Romane Decept**  
360° Communications  
Manager, PR Influence & Events



SOLUZIONE

Al centro della loro strategia di influencer marketing: creatori di contenuti "beauty" che pubblicano regolarmente e hanno una community particolarmente interessata al mondo della cosmetica. Essenziale per la strategia: la capacità di selezionare e mobilitare micro-influencer in grado di rappresentare i valori di Benefit su Instagram e TikTok attraverso contenuti unici e accessibili, combinando spontaneità e vicinanza.

I contenuti beauty sono tra i contenuti più popolari sui social media. Benefit ha saputo creare una forte brand image all'interno di questo mondo, ispirandosi allo spirito dei suoi creator californiani, combinando un'estetica molto femminile con un approccio ironico. Le campagne di comunicazione di Benefit si concentrano sull'autenticità e sulla fiducia, valori essenziali per il brand.



Un'altra sfida importante per Benefit è stata quella di selezionare, mobilitare e informare gli influencer target nel modo più efficace possibile. Anche il tempismo, così come il supporto nell'esecuzione delle campagne, sono stati fondamentali. Il customer journey viene preso in considerazione nella sua interezza: l'attivazione di una campagna di influencer deve essere accompagnata da recensioni verificate, rafforzando la fiducia e la conversione nell'e-commerce. Per non parlare della necessità di misurare settimanalmente le performance di ogni campagna.

Poiché l'Influencer Marketing è essenzialmente umano, Benefit mira a sviluppare un legame reale tra brand e consumatori, puntando sulla vicinanza tra i creator e le loro community. Questo si traduce in una fusione tra esperienza digitale ed esperienza fisica, come accaduto per la campagna "Pore Care Bus".



*L'interfaccia della soluzione è molto intuitiva, ergonomica e le informazioni sono facili da trovare: statistiche sugli influencer, contenuti e valutazioni, indicatori di performance della campagna, ecc. .... È inoltre possibile visualizzare i video creati direttamente sulla piattaforma.*



**Romane Decept**  
360° Communications  
Manager, PR Influence & Events

RISULTATI

Perché Benefit Cosmetics ha scelto la soluzione di Influencer Marketing di Skeepers? Perché la piattaforma consente a Benefit di lanciare e gestire campagne su larga scala con micro-influencer. Il passaparola 2.0 è la chiave per generare buzz: questo è il potere degli User-Generated Content (o UGC). I contenuti postati sui social media sono fonte di ispirazione e rassicurazione per i consumatori del settore beauty. Ad oggi, il brand ha realizzato ben 22 collaborazioni.

La soluzione di Influencer Marketing di Skeepers a Benefit di accedere a una community composta da migliaia di influencer attentamente selezionati, di visualizzare le statistiche relative a ciascun creatore e di effettuare selezioni estremamente accurate. La piattaforma permette al brand di valutare il loro pubblico e l'affinità con lo spirito e il tema di ogni campagna Benefit.

Le operazioni di "teasing", volte a mobilitare gli influencer intorno a una campagna, possono includere una newsletter, storie ... L'obiettivo è creare curiosità intorno al prodotto e al brand. Le recensioni sono uno dei metodi più efficaci per rassicurare gli influencer. Per questo, prima di ogni campagna, Benefit si affida anche alla soluzione Recensioni Verificate by Skeepers per rafforzare la fiducia e migliorare il tasso di conversione. In questo modo, le persone che arrivano sulle pagine dei tuoi prodotti grazie alle campagne di influencer marketing vedono prodotti con un alto numero di recensioni autentiche e certificate.



Get Real with your Community

Richiedi una demo

\*Essere autentici con la vostra comunità

