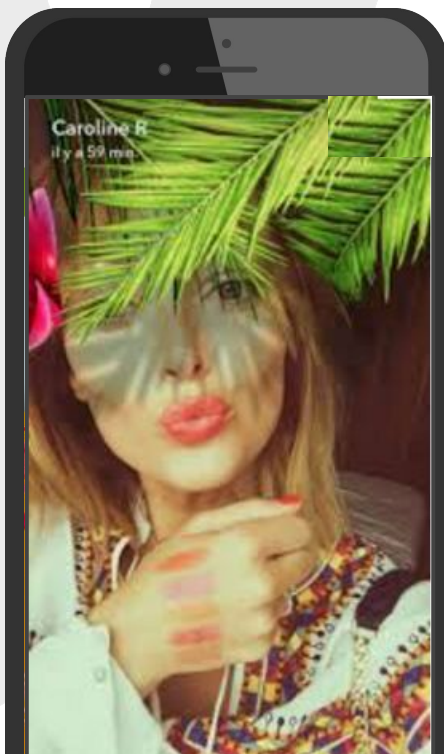


Super Balm Trip | L'Oréal

REAL TIME SOCIAL SERIE | CONTENUS VIRAUX | ESPACE DEDIE | ARTICLES | VIDEOS



OBJECTIF

L'Oréal souhaitait faire connaître son nouveau rouge à lèvres aux jeunes femmes de 15-30 ans, au travers de ses influenceuses ambassadrices de marque.

DISPOSITIF

melty brand stories a produit une *real time sociale serie* en marque blanche pour engager les communautés des jeunes ambassadrices de la marque. Au programme, tous les ingrédients qui font le succès des *real time social series* melty, brandé l'Oréal de la tête aux pieds.

RESULTATS

58M

de vues sur
Snapchat

700K

interactions
sur
Instagram et
Facebook

70K

visites sur
l'espace dédié