



Guerlain obtiene un 52% de opt-ins a su newsletter



Una de las principales referencias del mercado francés en el ámbito de la perfumería y cosmética



Fundada en París, en 1828



1,000 a 5,000 empleados

Los objetivos



Personalizar
la experiencia del usuario



Informar
a los consumidores sobre los productos



Atraer
y entretener a su audiencia



Incrementar
el número de personas suscritas a su newsletter

La campaña

La marca publicó un concurso en su página de Facebook dedicada a la gama de cosméticos «Météorites».

3

Idiomas
francés, inglés y alemán

2

Canales
minisite y página de Facebook

52%

Opt-ins
a la newsletter de Guerlain

Para participar, los internautas debían **elegir su color de piel** entre 4 tonos propuestos, **responder a un quiz** en función del tono elegido y **cumplimentar un formulario** para que su participación se incluyese en el sorteo. Para el desarrollo de su campaña Guerlain solicitó la ayuda de Studio Qualifio, que **crearon un minisite dedicado por completo al concurso**.

