

DO IT NOW: FAST MAKE-UP

- 1 Motyw astrologiczny
- 2 Cloud Eye makeup
- 3 Augmented Reality
- 4 Google makeup
- 5 Instaception



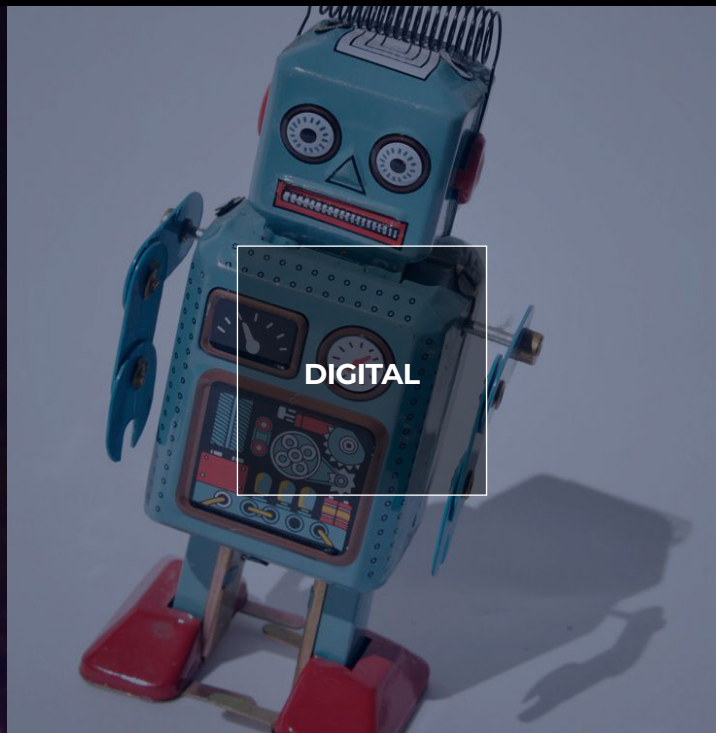


Budzimy
emocje

Jedna agencja. Trzy obszary działań. Milion pomysłów.



**KAMPAKIE
360**



DIGITAL



BRANDING

Budujemy doświadczenia, które pomagają markom nie tylko być, ale być wyjątkowymi.

Wykorzystujemy technologię oraz media społecznościowe, by łączyć marki z konsumentami.

Nadajemy wizualną tożsamość markom na każdym etapie ich rozwoju. Projektujemy strategię, wizerunek i komunikację.

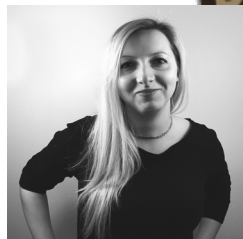
Odkryj emocje, obudź emocje!

W MDI tworzymy, inspirujemy i dzielimy się naszym doświadczeniem już od ponad 10 lat. TrendAir to cykl tematycznych raportów, w których pokażemy Ci, na które trendy oraz rozwiązania warto zwrócić uwagę przy projektowaniu własnej marki.

Przedstawiony Raport przygotowaliśmy z myślą o osobach, które na co dzień związane są z szeroko rozumianą branżą Beauty. Jeżeli interesuje Cię:

- 1 jak zmienia się pojmowanie piękna, w kontekście przemian społecznych i kulturowych,
- 2 w jakich obszarach będzie rozwijać się branża beauty jeśli chodzi kategorie produktowe oraz design,
- 3 kto i jak wykorzystuje najnowsze trendy w budowaniu komunikacji do klientów,
- 4 oraz w jaki sposób Ty możesz zaadoptować najciekawsze rozwiązania do promocji własnej marki – ten raport jest właśnie dla Ciebie.

Małgorzata Wasyl
Concept Manager MDI



DO IT NOW

MOTYW ASTROLOGICZNY



NIEZŁY KOSMOS – TREND ASTROLOGICZNY WYPIERA JEDNOROŻCE I FLAMINGI

Jak wykazują badania, **pokolenie Y fascynuje się astrologią bardziej, niż robili to hipisi**. Poza tym, ludzkość od tysięcy lat patrzy w gwiazdy, rozczytuje horoskopy i wskazówki z kosmosu w poszukiwaniu odpowiedzi na życiowe sprawy. Skoro wysoko wśród gwiazd szukamy odpowiedzi dotyczących miłości, władzy, kariery czy zdrowia, kto powiedział, że nie możemy wyczytać z nich porad dotyczących piękna?

Czego szukać?

Trend kosmiczny

Trend zodiakalny

Trend sci-fi

Trend astrologiczny

Trend planetarny

Trend galaktyczny



1 PIERWSZA FALA UDERZENIOWA

Galaktyczna podróż oficjalnie zaczęła się nieco wcześniej bo w 2015/16, ale na przełomie 2017/2018 roku pokaz nowej kolekcji domu mody Chanel definitywnie nadał kierunek nowemu trendowi. W ślad za markami miodowymi ruszyli producenci kosmetyków – wskazując nowe trendy kolorystyczne inspirowane planetami, układami, gwiazdami czy znakami zodiaku.



DIY – JAK ZROBIĆ KOSMICZNĄ PALETKĘ CIENI

Jedną z pierwszych dominujących tendencji w kategorii make-up można było zauważyć w propozycjach producentów palet cieni:



Mieszalne, wyraziste i połyskujące odcienie inspirowane si-fi i kosmosem

Warianty kolorystyczne nazwane i budzące skojarzenia z:

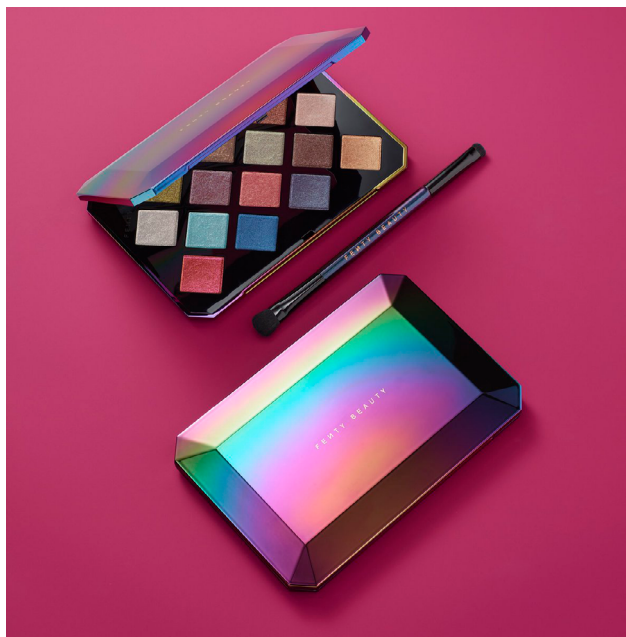
- Znakami zodiaku
- Konstelacjami
- Gwiazdami
- Planetam i nazwami zjawisk
- Technologicznymi określeniami

Nazwa kosmetyku obrazująca „galaktyczną” potęgę, np. Supernova, Galaxy, Zodiac

GLOBAL COSMIC TREND – WYBRANE MARKI MAKE-UP



BH COSMETICS
Paletka Zodiac



FENTY
Paletka Galaxy



COLOURPOP X KATHLEEN LIGHTS
Paletka Zodiac

GLOBAL COSMIC TREND - WYBRANE MARKI CARE&BEAUTY

COSMOS

Marka pielęgnacyjna, która za „misję” obrała sobie tworzenie produktów w pełni naturalnych – od opakowania, poprzez wykorzystanie składników, aż po doznania wynikające z użytkowania produktów. Całość stylizowana jest na technologiczne, minimalistyczne opakowania produktów rodem ze statków kosmicznych.

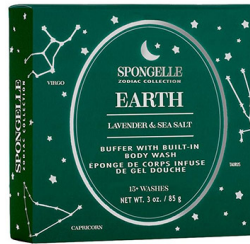


GLOBAL COSMIC TREND – WYBRANE MARKI CARE&BEAUTY



BREAK

Elementi Di Byblos to linii perfum inspirowana zapachem księżyc i słońca



SPONGELLE

Mydła inspirowane zodiakami



SPECTRUM

Kolekcja pędzli do makijażu Star Struck



2 ZNAK ZODIAKU MA ZNACZENIE

Kosmiczna nazwa to nie wszystko, tak samo jak kolor „na oko” przyporządkowany do kosmicznego odpowiednika. W świecie owładniętym szaleństwem personalizacji marki stopniowo odnajdują niszę wykorzystującą trend kosmiczny na własnym poletku komunikacyjnym.

Jedną z marek łączącą personalizację z trendem jest **Bite**. Marka stworzyła limitowaną edycję szminek Astrology by Bite (kosmetyki są dostępne w wybranych sieciach Sephora). Nie jest to kolejny kosmetyk, który „inspiruje” się trendem kosmicznym, ale faktycznie się w nim zanurza.

Miesiąc po miesiącu – zgodnie ze zmieniającym się znakiem zodiaku marka wypuszcza szminki, które stanowią odzwierciedlenie energii, koloru, charakteru osoby posługującej się symbolem. Nie jest to przypadkowe zestawienie, ale wynik współpracy z czołową medium – tarocistką Tarą Green.

Dla przykładu, szminka dedykowana osobom spod znaku Wodnika nosi w sobie zarówno skojarzenie powagi, ale i lekkości, zmienności. Wodnik to znak powietrzny „rządzony przez planetę Uran” oraz „znak wynalazców, pionierów, radykałów - wyjątkowych osób, które lubią zakłócać obowiązujący status quo”.



PERSONAL COSMIC TREND – WYBRANE MARKI



FRESH
Mydła Zodiac



Julep
Kolekcja lakierów Zodiac

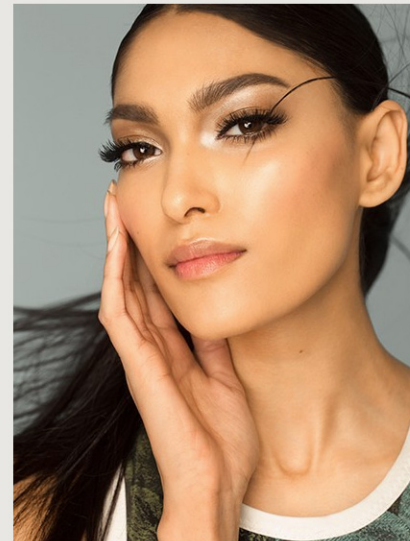


DEMETER
Kolekcja zapachów **Zodiac**

3 RYTUAŁ PIĘKNA WYNIKAJĄCY Z ASTROLOGICZNEGO KNOW-HOW

Trend Kosmiczny to już nie tylko produkty same w sobie, ale **umiejętności i know-how** wynikające z **łączenia produktów ze sobą w zestawy odpowiadające konstelacjom, znakom, układom planetarnym tu i teraz**. Wszystkie te zabiegi wpływają na „odczuwalność”, dopasowanie do kosmicznej filozofii jednostki.

Przykładem rozwiązań, które wskazują, że trend kosmiczny przechodzi z nowinki do porządku dziennego są działania, czołowych marek oraz portali o tematyce beauty jak Allure czy BeautyBy. Z trendu stworzyły one m.in. **stałe rubryki tematyczne obejmujące „horoskop” beauty dla poszczególnych znaków**.



Virgo

When you're keeping your makeup minimal, flawless skin is crucial. Parsons created a dewy, even canvas with [Giorgio Armani Luminous Silk Foundation](#) and then topped it with [Nars Illuminator in Copacabana](#) on the "high points of the face," she says. Then she used a combination of neutral, shimmery shades



Zodiac-Inspired Beauty Tips & Trends For Virgos

By *Grace Day*, 22nd August 2018

We mine our regular horoscopes for clues and guidance when it comes to love, life, career, and health questions, so who's to say we can't translate the traits of our zodiac signs into beauty – something which features heavily in our day-to-day lives?

It's Virgo season, so if you're born between 23rd August and 23rd September, here's how you can boost your beauty routine with a little astrology know-how.

CO RADZI BEAUTY HOROSKOP PANNOM?

JESTEŚ ZNAKIEM ZIEMI

„Panna to znak ziemi, co oznacza, że kierujesz się wyznaczonymi ścieżkami, lubisz tradycję. Jeśli chodzi o maski, trzymaj się old-schoolowych preparatów na bazie gliny, takich jak Alya Skin Australian Pink Clay Mask, która zawiera glinki kaolinowe i bentonitowe, pozbawiające twoją skórę głębokich zanieczyszczeń”.



TWÓJ KOLOR TO SZAFIROWY

„Twój kamień to szafir, więc będziesz chciała otaczać się wszystkim, co niebieskie, aby pomóc skupić na sobie energię planety i twojego znaku zodiaku. Może to być coś tak prostego, jak odejście od zwykłej różowej wersji gąbeczki do make-up i zastąpieni jej szafirową”.



JESTEŚ PERFEKJONISTKĄ

Zawsze zwracasz uwagę na najmniejsze detale, a w przeciwieństwie do innych, łatwo zauważasz te, które mają znaczenie. Trzymaj się pęsety Tweezerman, ponieważ jeśli w świecie piękna jest jedna rzecz, która skorzysta na twoim perfekcjonizmie, to będą to brwi.



JAK EWOLUWAŁ TREND?



Wpływy popkultury
Topowe produkcje o tematyce Si-Fi
Fascynacja i tęsknota za trendami lat 80'



Wpływy beauty trendów 2016/17
Glitter Trend
Ultraviolet Trend



Wpływy mody 2016/17/18
Stroje inspirowane tematyką kosmiczną
Patterny zodiakalne, planetarne



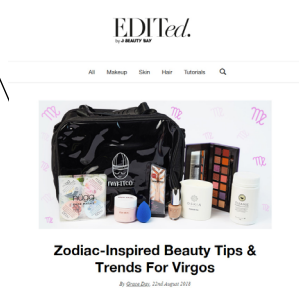
POZIOM 1

„Opakowanie w kosmiczność”.
Nazwa i kolor produktu „inspirowane”
trendem galaktycznym. Bez zagłębiania
się w tendencje, często produkty mało
jakościowe, wyprodukowane na szybko.



POZIOM 2

Zagłębianie się w tematykę, dostosowywanie produktu
do założeń trendu – za produktem idzie jakość.
Pojawienie się znanych marek, które wykorzystują
wybrane warianty trendu (tylko szminki, linie
wypuszczane miesiąc po miesiącu, współpraca
z „galaktycznymi” ekspertami).



POZIOM 3

Szeroka i szczegółowa wiedza na temat trendu, która
pozwała, oprócz dopasowanych produktów, stworzyć
cały ekosystem „korzyści” trendu – od zestawów,
poprzez tutoriala, po skomplikowane rytuały piękna
łącznie produkty pomiędzy markami.

KIERUNEK: TECHNOLOGIZACJA I PROFESJONALIZACJA TRENDU NA KAŻDYM POZIOMIE



ABASI ROSBOROUGH

Odzież odpowiadająca na przyszłe potrzeby ziemian związane z globalnym ociepleniem – nie tylko styl, ale kosmiczna technologia.



Współpraca marek z NASA

Wykorzystywanie kosmicznych technologii

NASA – ZESTAW DLA KOBIET W KOSMOSIE

Powoli zaczynamy dostrzegać, że ziemia to za mało. Zestaw kosmetyków dla kobiet przebywających w kosmosie to pomysł, który pojawił się już w 1978 roku.

Agencja pracuje obecnie nad zestawem do makijażu, który będzie zawierał nie tylko standardowe kosmetyki, takie jak mydła, szczoteczki do zębów i balsamy. W zestawie znajdzie się również tusz do rzęs, kredki do oczu, cienie, środki do demakijażu, błyszczyki i róże.



DO IT NOW

CLOUD EYE MAKEUP



Rok 2018 szczególnie obfituje w trendy typu fast fad fashion w social media, o których przeczytasz również w poprzednim TRENDair. Rok ten pełen jest szalonych trendów związanych z brwiami, paznokciami i makijażem, które stają się wiralem w social media w ciągu kilku godzin. Ogrodowe czy ociekające brwi, sztuczne piegi, to tylko kilka z najpopularniejszych tego roku. Najbardziej aktualnym jest Cloud Eye Makeup, który przejął Instagramowe feedy oraz kanały na YT beauty influencerów.

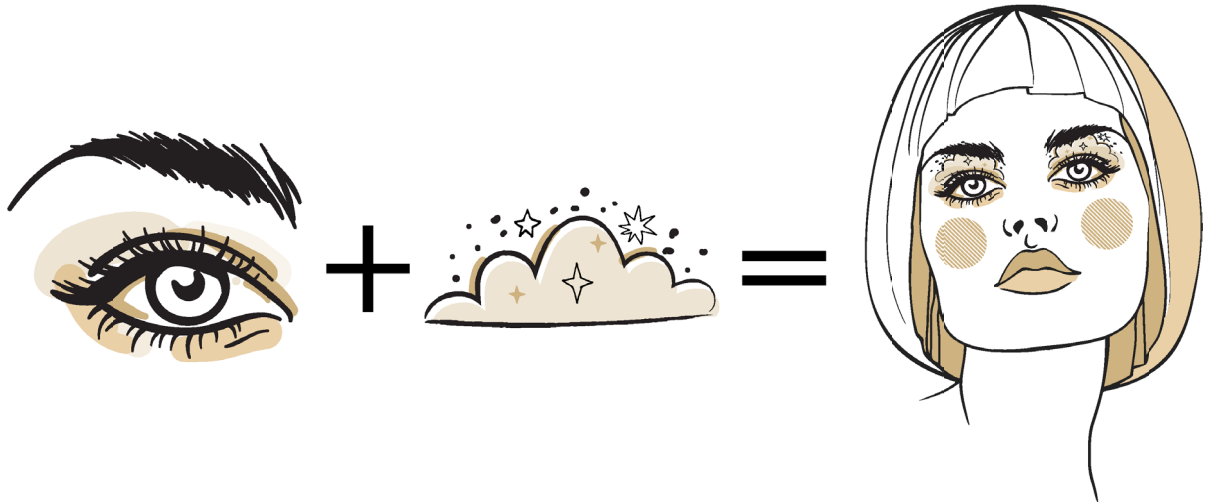
CLOUD EYE MAKEUP PRZEJMUJE INSTAGRAMA I YOUTUBE

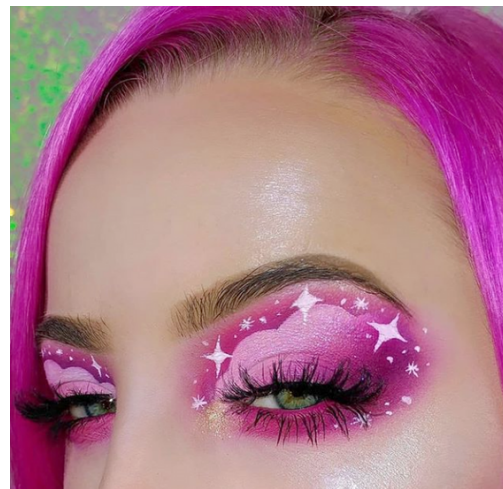
Najbardziej tradycyjną wersją Cloud Eye Make up jest połączenie koloru niebieskiego i białego, w którym obwód chmury umieszczony jest na zmarszczce oka. **Pamiętaj, aby odnieść sukces należy działać szybko i tworzyć interpretację danego trendu. Najważniejsze jest, aby uwolnić swoją kreatywność i zainspirować się, nie kopiując bezmyślnie danego trendu.**



@NikkieTutorials to prekursora trendu Cloud Eye Makeup oraz wielu innych rozwiązań, które szybko stają się wiralem.

Magiczny Cloud Eye Makeup zawładnął światem beauty w zwariowanym tempie, szczególnie w social media. Czym jest „makijaż chmurkowy”? **To artystyczny makijaż, który polega na malowaniu na powiece (i nie tylko) głównie chmur oraz motywów związanych z astrologią w przeróżnych konfiguracjach kolorystycznych. Prekursorką tego trendu jest NikkieTutorials**, która opublikowała zdjęcie z tym makijażem i zebrała 670 tys. Instagramowych serduszek.
Jak zrobili to inni po @nikkietutorials?





Wniosek:

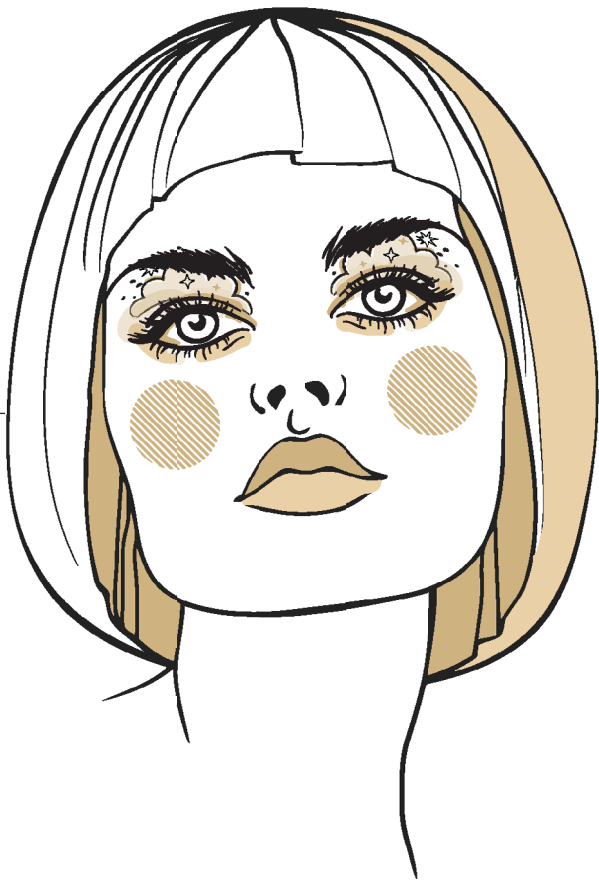
Zobacz, jak zrobili to inni!
Uwolnij swoją kreatywność
i zainspiruj się, nie kopiując danego
trendu i dodaj nową wartość innym.

WARTO ŚLEDZIĆ NA INSTAGRAMIE

The image displays four Instagram profiles side-by-side, each with a grid of posts. The profiles are:

- nikkietutorials**: 3,025 posts, 11 million followers. Bio includes "11 MILLION GLOW BABIES" and "WATCH MY NEW VIDEO BELOW".
- natalieebauty**: 3,130 posts, 86,915 followers. Bio includes "Natalia Mielczarek" and "NOWY FILM".
- jeffreestar**: 5,749 posts, 8.7 million followers. Bio includes "JEFFREESTAR" and "CHECK OUT MY YOUTUBE CHANNEL".
- jamescharles**: 666 posts, 8.6 million followers. Bio includes "James Charles" and "COVERGIRL".

Each profile shows a grid of posts featuring makeup tutorials, product reviews, and collaborations. The posts are arranged in a grid format, with some posts showing multiple images or videos.



Wskazówki:

Śledź na bieżąco poczynania światowych i polskich beauty influencerów na Instagramie i YouTube, tj. @nikkietutorials, @nataliebeautyyy, @lauralee, @dom.skii.

1

Nie czekaj na realizację takiego makijażu (trendu), musisz działać **real-time marketingowo!** Opublikowanie materiału kilka miesięcy później odniesie wynik odwrotny do zamierzonego!

2

Zrób zdjęcie makijażu, które opublikujesz na Facebooku oraz Instagramie. W przypadku Instagrama nie zapominaj o kluczowych hashtagach, którymi posługują się beauty influencerzy. **Skorzystaj z narzędzia kokohash.com** – pomoże Ci dobrać najlepsze hashtagi.

3

Nagraj video z Cloud Eye Makeup z pełną wersją na YouTube oraz o maksymalnej długości 60 sekund. Wersję na Instagrama ze względu na ograniczenia. Pamiętaj, ZAINSPIRUJ SIĘ!

4

Pamiętaj, aby odpowiednio **opisać film na YT** pod kątem pozycjonowania w tym kanale, używając słów kluczowych związanych z branżą beauty oraz powiązanych z tematyką.

5

JAK MOŻESZ WYKORZYSTAĆ TEN TREND?

Trendy typu fast fad fashion mają sens wtedy, kiedy działamy real-time marketingowo. Śledź na bieżąco poczynania beauty influencerów i bądź gotowy na szybkie działanie, jeśli coś nowego pojawi się w świecie social media. Zarezerwuj w budżecie swojej marki finanse na zorganizowanie video z panującym trendem, najlepiej kreując własny trend!

Wskazówki:

- 1 Video na YT.
- 2 Video 60 sekund na Instagrama.
- 3 Sesję zdjęciową makijażu.
- 4 Budżet na promocję w social media.



Blank canvas to kolejny „szybki” trend, który rozwija się na Instagramie

DO IT NOW

AUGMENTED REALITY

AR przejmuje świat beauty. Konsumenti coraz częściej robią zakupy w przestrzeni cyfrowej, a AR zapewnia natychmiastową informację zwrotną. Klienci mogą wypróbować produkt w aplikacji, a następnie zakupić produkt za jej pośrednictwem.

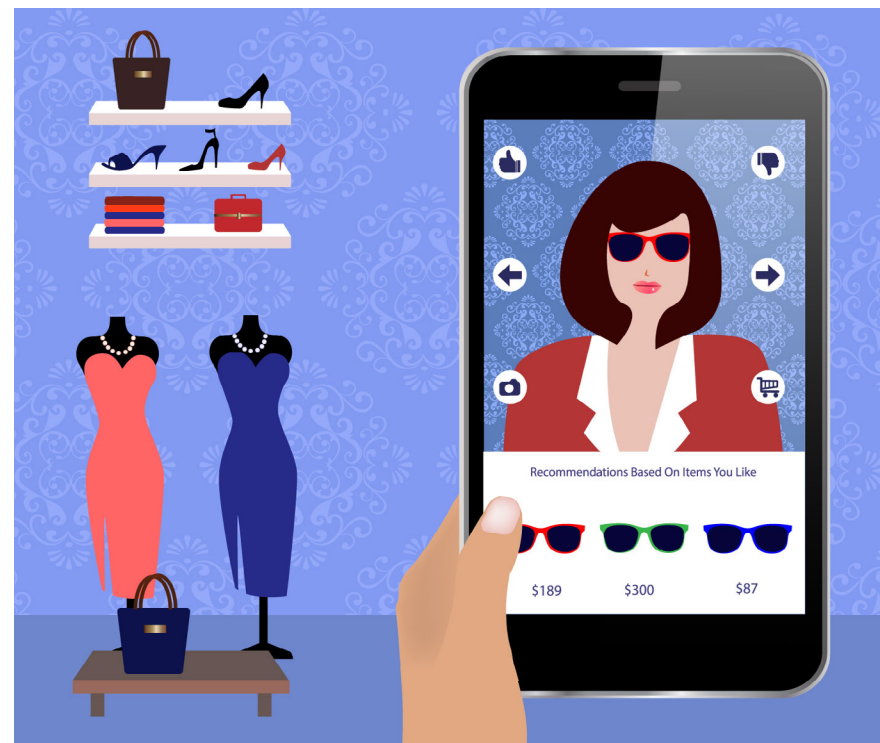
JAK WYKORZYSTAĆ AR W BRANŻY BEAUTY?

Rozszerzona rzeczywistość wkracza nie tylko do świata e-commerce, ale i do social media. Facebook kilka miesięcy temu uruchomił testy pozwalające na tworzenie reklam w technologii AR. Pierwszą marką testującą reklamy AR jest Michael Kors. Klienci przed zakupem mogą wirtualnie przymierzyć okulary przeciwsłoneczne. Kolejne marki tj. Sephora, Bobbi Brown, czy NYX również zapowiadają testy reklam w rozszerzonej rzeczywistości.



JAK TO DZIAŁA W PRZYPADKU MICHAELA KORSA?

Użytkownicy, którzy natrafili na reklamę okularów marki, mogli wejść z nią w interakcję, wykorzystując przednią kamerę. Dzięki temu mieli możliwość przymiarki okularów, dopasowując m.in. ich kształt i kolor oprawek.



Wniosek:

Nie czekaj, aż zrobią to wszyscy. Michael Kors jest benchmarkiem, ponieważ zrobił to pierwszy... a tuż za nim jest już np. Sephora.

JAK SEPHORA WYKORZYSTUJE AR?

Marka Sephora już od wielu miesięcy posiada aplikację Virtual Artist, dzięki której możesz dobrać idealny kolor szminki, czy odcień podkładu. Zasada jest podobna, jak w przypadku Michaela Kors'a. Za pomocą przedniej kamery i obrazu wygenerowanego dzięki niej, możemy znaleźć dla siebie idealny kolor. Aplikacja pokazuje nam wszystkie dostępne kolory i informację o produkcie (marka, cena), aby ułatwić nam jego zakup.



JAK MAC WYKORZYSTUJE AR?

MAC przy współpracy z Modiface stworzyła lustro AR. Lustro to zawiera najnowszą technologię śledzenia twarzy i renderowania 3D. Obejmuje ona 29 niestandardowych spojrzeń oka, które są odwzorowywane na twarzy 30 razy na sekundę. Dzięki temu lustro świetnie radzi sobie z realnym odtworzeniem twarzy Klienta. Na ten moment MAC wprowadził tego typu rozwiązanie do sklepów w Stanach Zjednoczonych, natomiast w tym roku lustra trafią na rynek globalny.



Wniosek:

Nie wystarczy wykorzystanie AR. Konieczne jest połączenie go ze światem offline.



SHISEIDO I AR MAKEUP MIRROR

AR Makeup Mirror – Japońska firma kosmetyczna Shiseido korzysta z technologii Augmented Reality, aby ulepszyć swój dział kosmetyczny w sklepie stacjonarnym w Tokio. AR Makeup Mirror robi zdjęcie twarzy klienta, a następnie pokazuje, jak będą prezentowały się kosmetyki na jego twarzy i jak będzie wyglądać po ich użyciu.



BURBERRY BEAUTY BOX

Kolejnym przykładem jest sklep **Burberry Beauty Box** w Covent Garden w Londynie. Marka ta używa AR na wiele sposobów, jednak najbardziej wyjątkowym jest ich **Nail Bar**. Klientki mogą wybrać odcień skóry, a następnie umieścić konkretny kolor lakieru na tzw. barze. Wyświetlacz pokazuje, jak będą one wyglądać po pomalowaniu konkretnym odcieniem skóry.

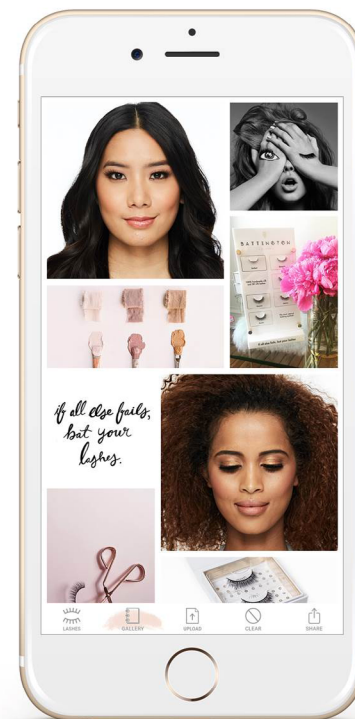
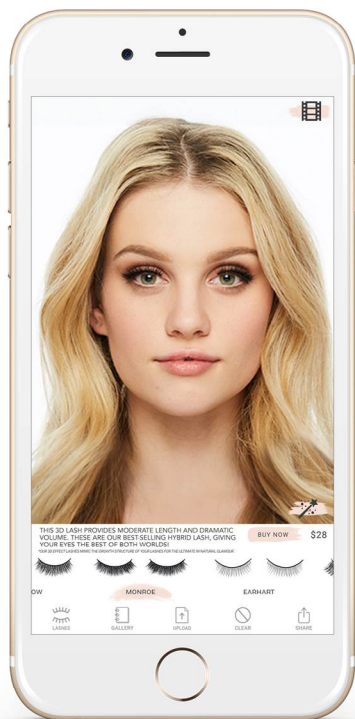


Wniosek:

Wykorzystanie AR w innej dziedzinie niż klasyczny makeup sprawi, że będziesz unikatowy.

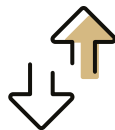
APLIKACJA FACECAKE

Marka Battington stworzyła dedykowaną aplikację wykorzystującą augmented reality. Aplikacja pozwala na zrobienie zdjęcia swojej twarzy, a następnie wypróbowanie wirtualnie 6 rodzajów jedwabnych rzęs. Twórcy starali się, aby rzęsy wyglądały jak najbardziej autentycznie i jak najlepiej odwzorowywały rzeczywisty wygląd. Użytkownicy mogą dodawać również filtry dostępne w aplikacji, a także mają możliwość udostępnienia takiego zdjęcia w social media. To świetny przykład na połączenie świata AR ze światem social media.



Wskazówki:

- 1 Postaraj się, aby świat AR **przenikał się** z innymi mediami (patrz case Michaela Kors) oraz marki Battington, gdzie działa to w drugą stronę.
- 2 **Nie twórz kolejnej aplikacji, która pokaże potencjalnym Klientom, jak wyglądają w konkretnych kosmetykach.** To już było, idź krok dalej! Wykorzystaj to na innym polu (patrz case Nail Bar Burberry).
- 3 **Połącz AR ze światem offline.** To zazwyczaj takie działania przynoszą spektakularne efekty i zaskakują Klientów. (case MAC oraz Shiseido).
- 4 Zastanów się, **czy to na pewno ułatwi proces zakupowy Klienta**, czy będzie kolejną „zabawką”, która zachwyci Klientów na chwilę. Pamiętaj o wartości dodanej.



JAK MOŻESZ WYKORZYSTAĆ TECHNOLOGIĘ AR?

Aplikacja do testowania kosmetyków na twarzy to zdecydowanie pójście na łatwiznę. Pamiętaj, w dzisiejszym świecie personalizacji w marketingu Klient nie zadowolony się rozwiązaniem, które powiela każda marka. Musisz się wyróżnić. Ważne jest, aby działaniami w kontekście AR poprawić proces zakupowy Klienta, ale i wizerunek Twojej marki.

Stwórz aplikację w technologii AR, która będzie testować kosmetyki, ale dasz w niej jedyną szansę wypróbowania kosmetyków **PRZEDPREMIEROWO**, zanim pojawią się w sklepie. Połącz jej promocję z ciekawym eventem z influencerami, aby jej premiera nie pozostała bez echa. Uprość proces zakupowy do minimum i spraw, aby aplikacja była najlepszym odzwierciedleniem realnych kosmetyków.



GOOGLE PICKS MY MAKEUP CHALLENGE

Jeśli interesujesz się branżą beauty lub działasz w niej, musisz zdać sobie sprawę, że You Tube i Instagram są kopalnią trendów. Nie są to platformy (szczególnie YT), na których znajdziesz już tylko video typu „Jak użyć bronzera”, czy „Jak zrobić cut crease”. To platforma, na której rodzą się trendy, a Ty musisz być na bieżąco.

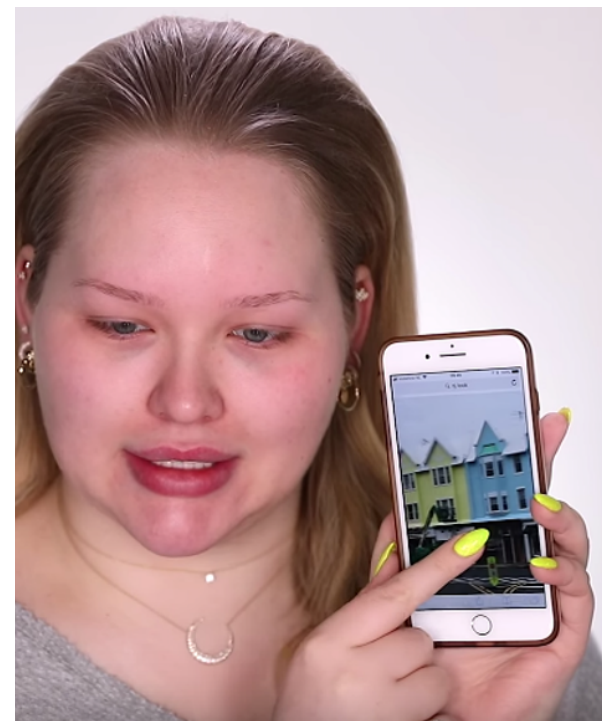
Nikkie Tutorials, która w świecie You Tube nazywana jest „guru of makeup” i „queen of challenges” wyznacza trendy. To ona wykreowała kolejny (i nie jedyny) – Google picks my makeup.

Na czym to polega? Nikkie w swoim video użyła wyszukiwarki Google wpisując inicjały swojego imienia i nazwiska wraz z dopiskiem „look”, czyli „NT look”. **Zasada jest prosta - pierwsza grafika, która pojawi się po wpisaniu tej frazy, posłuży jej jako inspiracja. Tak, inspiracja. Wyzwanie nie polega na namalowaniu znalezionej grafiki na twarzy** – ma być ona jedynie twórczą ideą do rozwinięcia.



Zobacz wyzwanie: **Google picks my makeup**

DO IT NOW GOOGLE MAKEUP



Top influencerki konkurują ze sobą, która z nich wykona bardziej kreatywny makijaż. Era, kiedy pokazywano zwykłe makijaże na YT powoli się kończy. Teraz należy pójść krok dalej i pokazać odbiorcom coś, co ich zaskoczy. Jak to wyszło Nikkie?



Wspominaliśmy już, że w **trendach nie chodzi o ich kopiowanie**. Jak więc z interpretacją poradziły sobie inne beauty influencerki? Laura Lee, którą ma 4,5 mln subskrypcji na swoim YT, kanale stworzyła interpretację w postaci **„My cat picks my makeup”**. Laura rozłożyła swoje kosmetyki na podłodze, dzieląc je na kategorie i wybierała ten, który najbardziej przypadł do gustu jej... kotu. Następnie zrobiła nimi makijaż. Pojawiły się też wersje „My dog picks my makeup”, „My ferret picks my makeup”, czy „My subscribers pick my makeup look”.



Wniosek:

Stwórz własną interpretację trendu. Dzięki temu wyróżnisz się na tle innych marek.

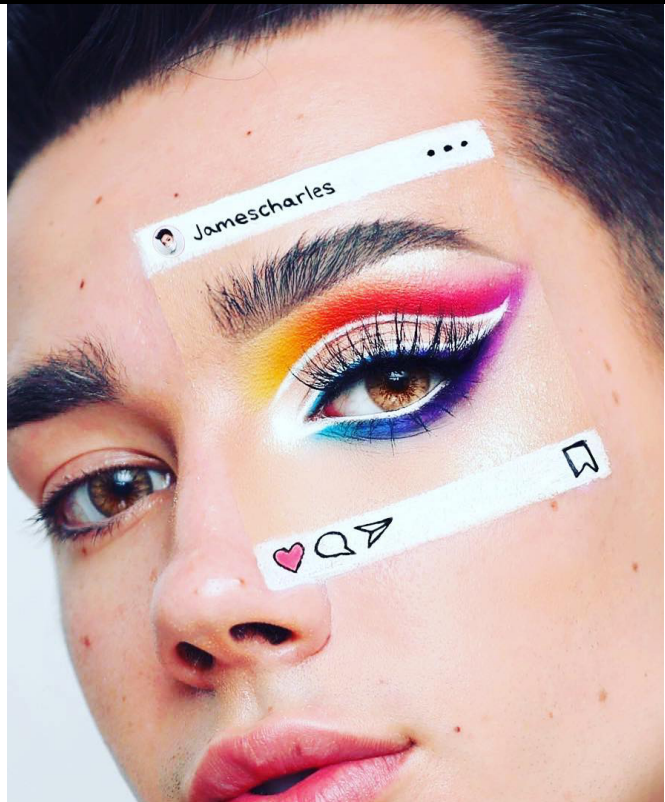
Wskazówki:

- 1 Śledź na bieżąco You Tube i Instagrama. Jeśli działasz w branży beauty, to musi stać się Twoją rutyną. Tu nie ma miejsca na opóźnienia.
- 2 Inspiruj się trendami, łącząc je z innymi, panującymi w świecie beauty.
- 3 Idź krok dalej i zaplanuj transmisję na żywo na Facebooku z takim wyzwaniem. Czy ktoś już to zrobił?
- 4 Stwórz video na YT, Instagrama (max. 60 sekund) oraz Facebooka.
- 5 Pamiętaj o ich promocji.
- 6 Zaangażuj influencera, aby zwiększyć zasięgi promocji.



DO IT NOW

INSTACEPTION



INSTACEPTION - SKĄD SIĘ WZIAŁ TEN TREND?

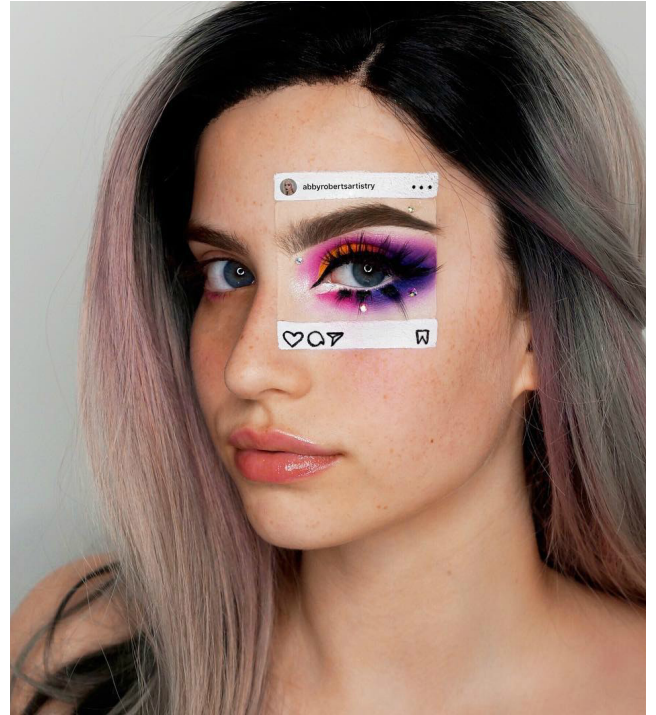
Wszystko wskazuje na to, że Instaception, który w stał się wiralem, rozpoczął **Dom Skii**. Na czym to polega?

Instagramowi twórcy tworzą makijaż części swojej twarzy, natomiast reszta twarzy pozostaje saute. W miejscu, w którym znajduje się makeup, influencerzy dodają do niego Instagramową ramkę wraz z nickiem, zdjęciem profilowym, komentarzami oraz udostępnieniami.

Wszystko ma do złudzenia przypominać Instagramowy post. Wygląda na to, że nie jest to kolejna, typowa akcja, która nie niesie za sobą nic, poza tysiącami komentarzy i serduszek na Instagramie. Można domniemywać, iż akcja ma drugie dno. Nie bez powodu pozostała część twarzy pozostaje bez makijażu, a sam makeup nazwiazuje do Instagrama. Można odnieść wrażenie, iż prekursor #instaception stworzył ten makijaż, aby pokazać innym, jak bardzo instagramowa rzeczywistość różni się od prawdziwego życia.

Wniosek:

Stwórz akcję, która niesie za sobą jakieś przesłanie. CSR również jest ważny – wykorzystaj to również w social media.



Wskazówki:

- 1 Akcja, która ma **drugie dno** zapadnie na dłużej w pamięci odbiorcy, a Ty zadziałasz także wizerunkowo.
- 2 Dodaj **własny element** do danego trendu, „nadbudowując” obecny.
- 3 Dodaj do niego **historię**, dzięki czemu zbudujesz dodatkową ideę.
- 4 Pamiętaj, **bądź na bieżąco** z popularnymi kanałami beauty w Polsce i na świecie. To oni głównie wyznaczają trendy.



Spodobał Ci się nasz raport?

Jeżeli któryś z przedstawionych trendów jest dla Ciebie szczególnie interesujący lub chcesz żeby nasz zespół przygotowała raport dedykowany tylko Twojej marce, skontaktuj się z nami.

Ula Konopacka

BUSINESS DEVELOPMENT DIRECTOR

u.konopacka@mdigroup.pl

mobile: +48 533 353 939



ŹRÓDŁA:

<https://deskgram.net/explore/tags/nikkietutorialinspired>
<https://styleourlife.com/cloud-makeup-is-the-mesmerizing-new-look-you-need-to-see/>
<https://tendaily.com.au/lifestyle/style/g180905xac/cloud-eye-makeup-is-the-insta-trend-thatll-sweep-you-off-your-feet-20180907>
<https://myandex.ru/collections/card/597f75462a6f9300abb40f9b/>
<https://www.lateststyle.com/lifestyle/blank-canvas-this-new-instagram-beauty-trend-is-both-creative-and-chic-view-pics-381353.html>
<https://adage.com/article/digital/facebook-selfie-commerce-augmented-reality-ads/314161/>
<https://upcomingmedia.com/facebook-augmented-reality-ads-transforming-the-customer-experience/>
<https://www.theverge.com/2018/7/10/17553004/facebook-augmented-reality-ads-michael-kors>
<https://arpost.co/2017/11/13/best-augmented-reality-beauty-apps/sephora-augmented-reality-app/>
<http://vrworld.com/2017/11/16/mac-cosmetics-embraces-augmented-reality/>
<https://www.digitaltrends.com/photography/mac-virtual-try-on-mirror-review/>
<http://www.creativeguerrillamarketing.com/augmented-reality/10-examples-augmented-reality-retail/>
<https://www.stylus.com/wdlqwc>
<https://wwd.com/beauty-industry-news/beauty-features/battington-lashes-unveils-ar-powered-app-for-trying-on-fake-eyelashes-10922548/>
<http://forbeautyritarota.blogspot.com/2018/10/cosmic-girl-kolekcja-limitowana-bell.html>
<https://www.bustle.com/p/what-is-the-google-picks-my-makeup-challenge-the-trend-puts-your-imagination-to-the-ultimate-test-8770786>
<https://www.youtube.com/watch?v=IqTKup-wpEU>
<https://twitter.com/NikkieTutorials>
<https://www.youtube.com/watch?v=08NLbz4fyXA>
<https://www.youtube.com/watch?v=ZNhYVYP5zSk>
<http://www.inspiration-creation.com/cosmeticseeds-blog/2018/8/28/trend-alert-!instaception-trouble-beaut-et-ralit>
<https://in.mashable.com/culture/335/instaception-is-the-coolest-new-makeup-trend-on-instagram>

<https://www.teenvogue.com/story/instagram-vs-real-life-makeup-trend>
<https://sometag.org/account/0073.uv/551296/?hl=ru>
<https://www.reverie.com/blog/2018/9/27/5-fall-trends-im-obsessing-over>
<http://www.gotceleb.com/lily-rose-depp-and-cara-delevingne-for-chanel-fall-2017-ad-campaign-2017-07-28.html/lily-rose-depp-and-cara-delevingne-for-chanel-fall-2017-ad-campaign-03>
<http://www.mtmtv.info/chanel-ads-95e943a/>
<https://www.bhcosmetics.com/supernova-18-color-baked-eyeshadow-palette>
<https://www.bhcosmetics.com/zodiac-palette>
<https://www.sephora.com/product/galaxy-eyeshadow-palette-P79846487>
<https://theglowmedic.com/2018/08/26/reviewing-the-kathleen-lights-x-colourpop-zodiac-collection/>
<https://www.cosmosbotanicals.com/pages/story>
<https://www.cosmosbotanicals.com/pages/story>
<https://www.packagingoftheworld.com/2014/10/byblos.html>
<http://www.thefashionspot.com/beauty/793797-astrology-beauty-products/#/slide/1>
<https://www.popsugar.com/beauty/photo-gallery/44298261/image/44298252/>
[Spectrum-Zodiac-Collection
https://www.bustle.com/p/bite-beautys-astrology-lipstick-collection-has-a-shade-for-every-sign-7991826](https://www.bustle.com/p/bite-beautys-astrology-lipstick-collection-has-a-shade-for-every-sign-7991826)
<https://www.teenvogue.com/story/bite-beauty-astrology-lipstick-collection>
https://www.instagram.com/p/BeN_dmvD3fA/?utm_source=ig_embed
<https://www.allure.com/story/bite-beauty-astrology-lipstick>
<https://www.hercampus.com/beauty/all-astrology-lipsticks-bite-beauty-has-released-so-far-look-new-taurus-shade>
<https://www.averiemakeup.com/?absolutecycle.com>
<http://www.fresh.com/US/bodycare/cleanse/zodiac-oval-soap/>
<https://www.allure.com/gallery/summer-zodiac-sign-makeup-looks>
<https://www.beautybay.com/edited/zodiac-beauty-tips-trends-virgos/>
<https://samequizy.pl/ktory-chlopak-z-serialu-stranger-things-jest-twoja-druga-polowka/>
<http://avax.news/pictures/297331>
<https://style.nine.com.au/2017/09/12/13/09/gigi-hadid-anna-sui-wardrobe-malfunction/4>
<https://www.nytimes.com/slideshow/2018/02/09/fashion/runway-womens/jeremy-scott-fall-2018.html>
<https://www.pinterest.cl/pin/575405289881570477/>

<https://www.pinterest.co.uk/pin/188166090665237283/?lp=true>
<https://www.pantone.com/color-intelligence/color-of-the-year/color-of-the-year-2018>
<https://www.trendhunter.com/slideshow/galactic-fashion1>
<https://hypebeast.com/2018/4/abasi-rosborough-spring-summer-2018>
<https://abasirosborough.com/press/>
<https://www.thehacktory.org/nasa-made-makeup-kits-for-their-female-astronauts/>
<https://airandspace.si.edu/collection-objects/make-kit-shuttle>

Agencja reklamowa MDI
www.mdigroup.pl

Kontakt:
MDI Sp. z o.o.
ul. Berka Joselewicza 21/2
31-031 Kraków

biuro@mdigroup.pl
tel: 12 376 48 14



Budzimy
emocje