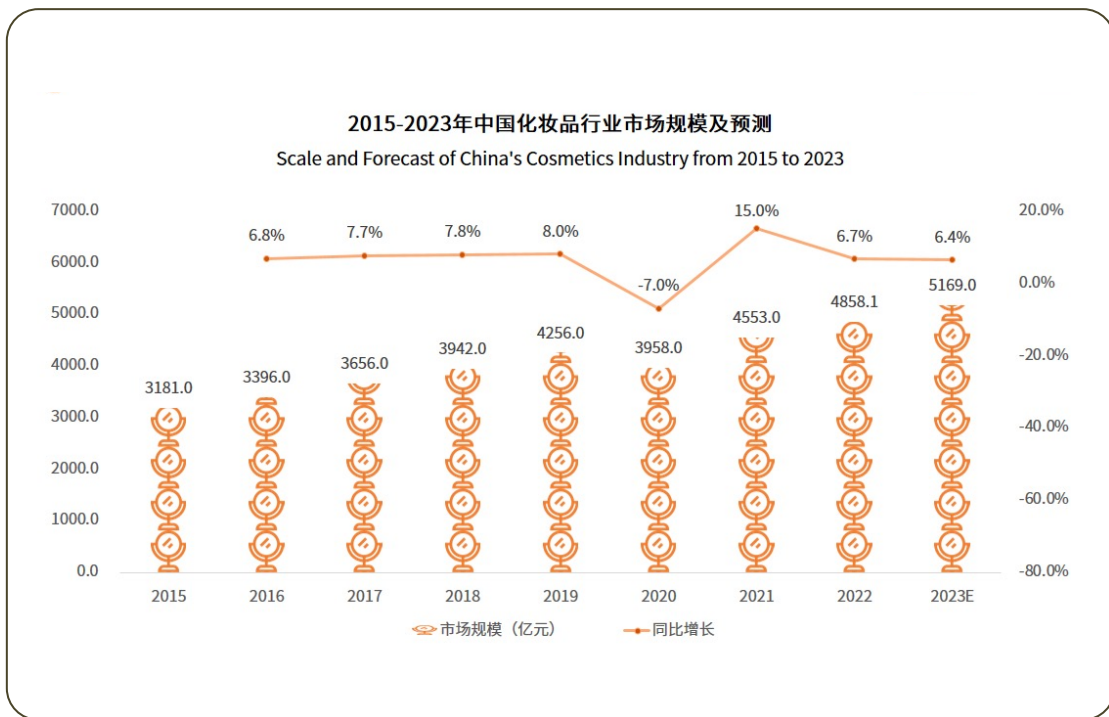


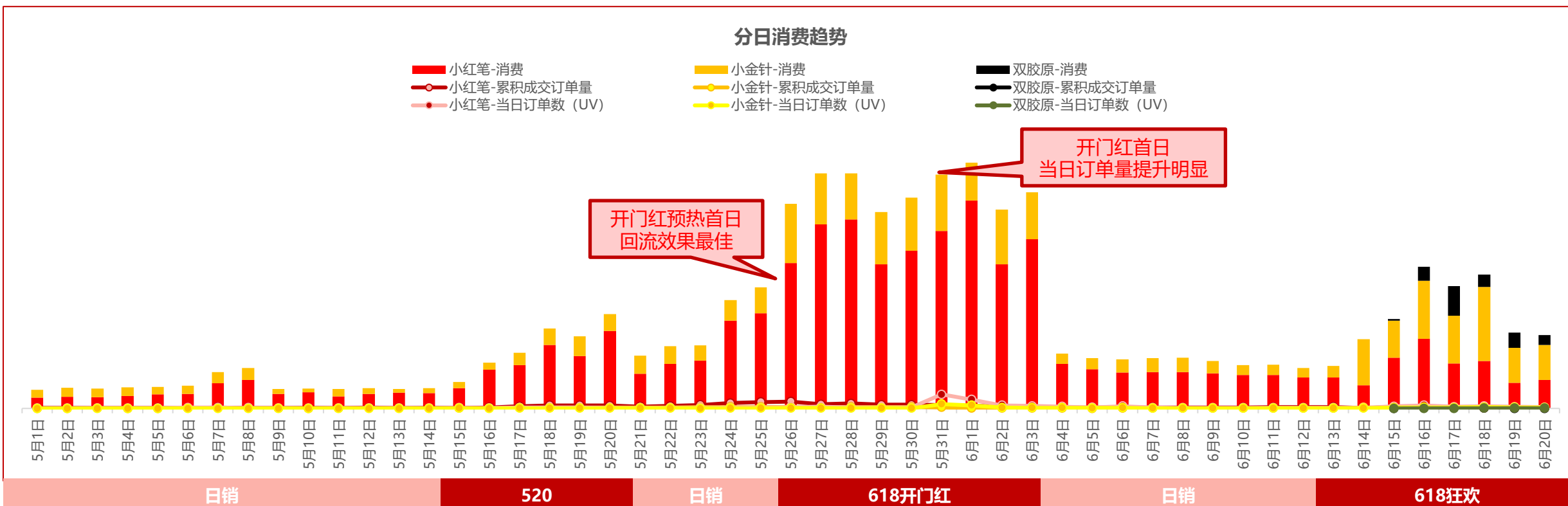
丸美：以序列化运营突围美妆趋势赛道

- **品牌名称：**丸美
- **所属行业：**美妆/护肤品
- **执行时间：**2023.05.01-06.20
- **参选类别：**效果营销类

近年来,国内美妆品牌快速发展,伴随着国货美妆品牌的崛起,消费者对于国货品牌信任度和购买意愿越来越高。在一些传统国际大牌心智更强的细分赛道中,国货品牌想要在红海市场中占据一席之地,需要更多的投入。面对淡纹赛道持续被国际品牌卡位,国货美妆之光丸美小红笔在超级汇川助力下,在618中获得了优异的营销提效表现。



面对淡纹赛道持续被国际品牌卡位，国货美妆之光丸美小红笔在超级汇川助力下，在618中获得了优异的营销提效表现。



*数据来源汇川，投放周期为5月1日-6月20日，数据回流统计时间6月24日。38节数据统计时间3月3日-3月10日。

核心目标：

以品牌曝光+持续拉新增长为长期目标

- 618提升细分赛道渗透
- 618提升细分货品销量

【人群序列化】+【素材创意优化】营销策略

借助超级汇川广告平台的“人群序列化+素材创意优化”的营销策略，丸美在今年618期间通过人群序列化运营顺利完成了用户的拉新与唤活，并进一步优化传播素材，提升获客效果，成功实现细分新赛道的品牌渗透及消费者种草效率的提升

人群序列化

人群序列化运营，蓄水期通过对行业、美妆策略人群低出价引流拉新，爆发期通过再营销进行老客唤活



素材创意优化

进一步对传播素材优化，素材创意通过素材包框设计，放大卖点引导种草，将品牌信息、核心卖点、促销满赠、代言人等元素在视频侧集中展现表达，吸引消费者

618细分产品集中爆发转化



人群序列化—人群效率

执行过程/媒体表现

小红笔以品牌人群带动成交，小金针行业、竞品人群效率高

分品差异化策略执行

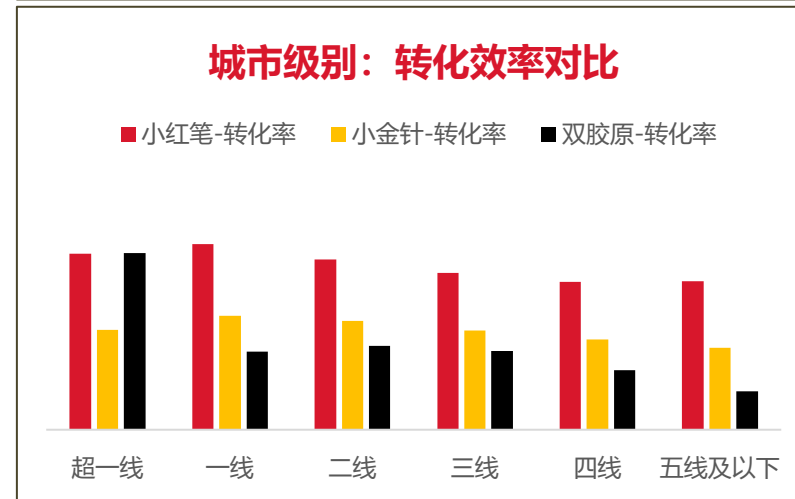
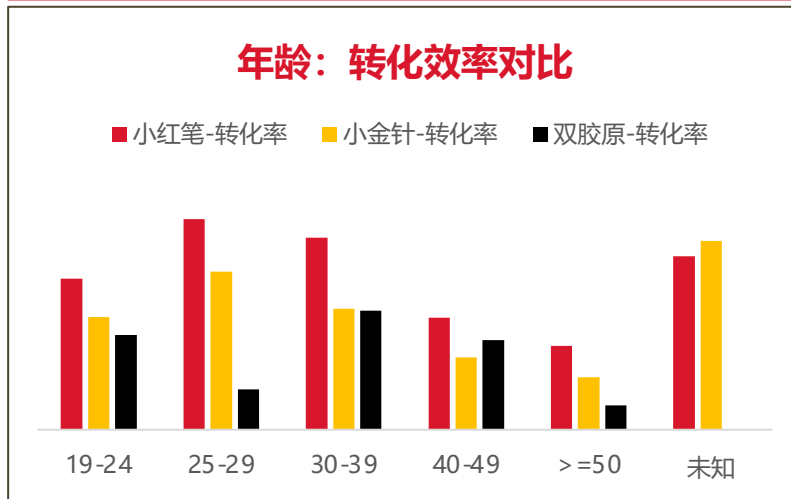
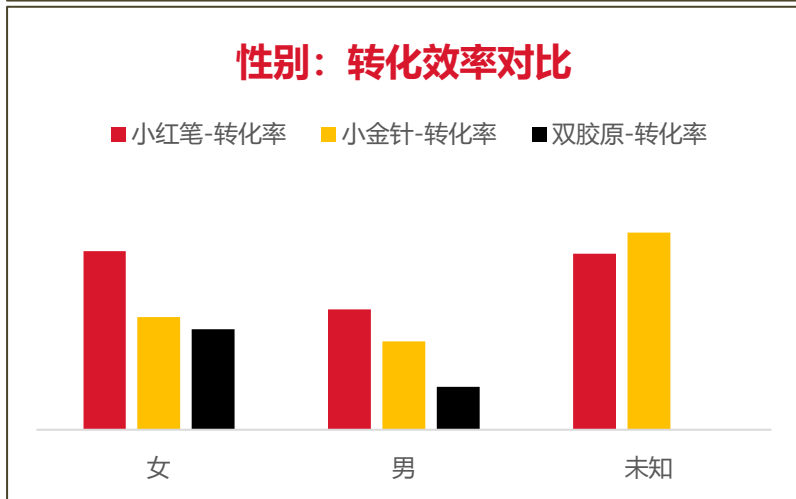
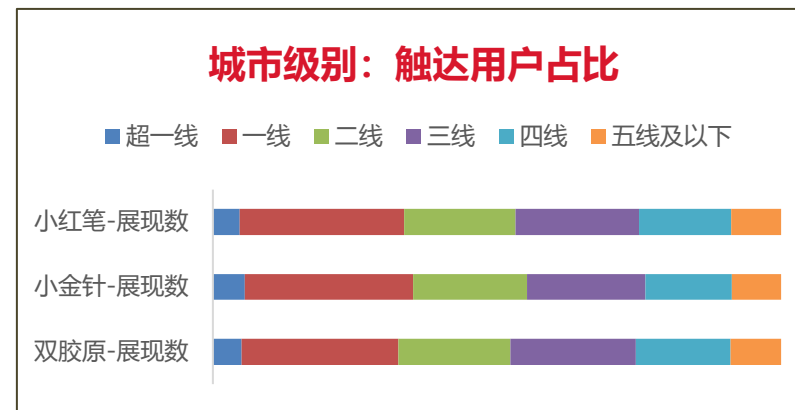
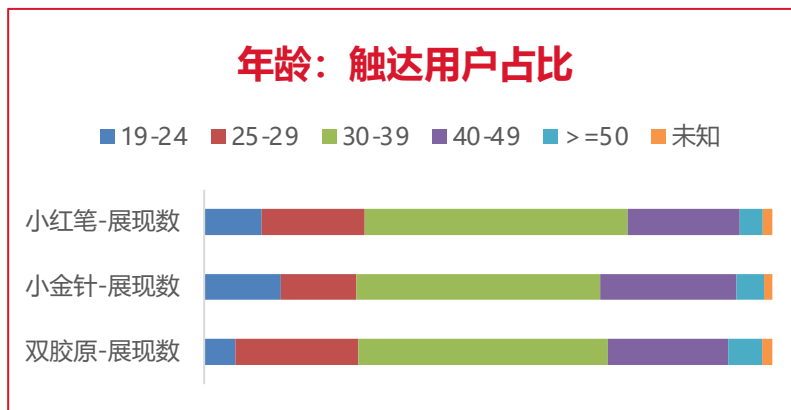
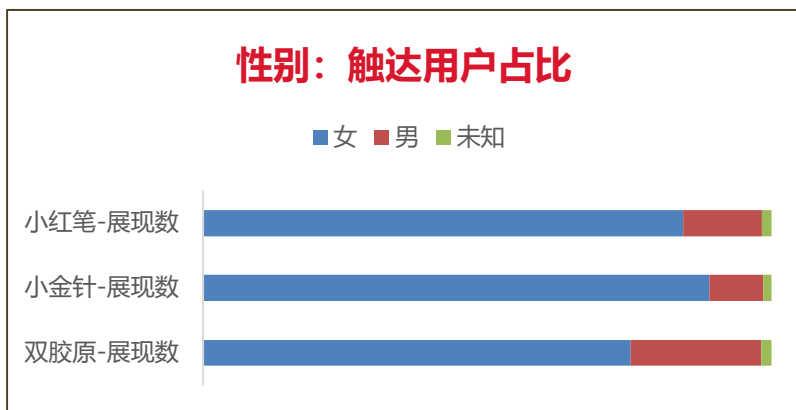
- 1.小红笔因投放时间长、模型成熟，品牌人群投放占比更大，以店铺黑盒和品牌眼霜人群为主带动整体成交
- 2.小金针持续挖掘行业与竞品人群的收割机会，加大投放占比，ROI可观
- 3.双胶原测试时间短，待持续观察验证
- 4.因产品属性差异，潜在人群拓展测试中，小红笔投放小镇青年、小金针投放资深中产效率会更高



人群序列化—差异人群分类执行

执行过程/媒体表现

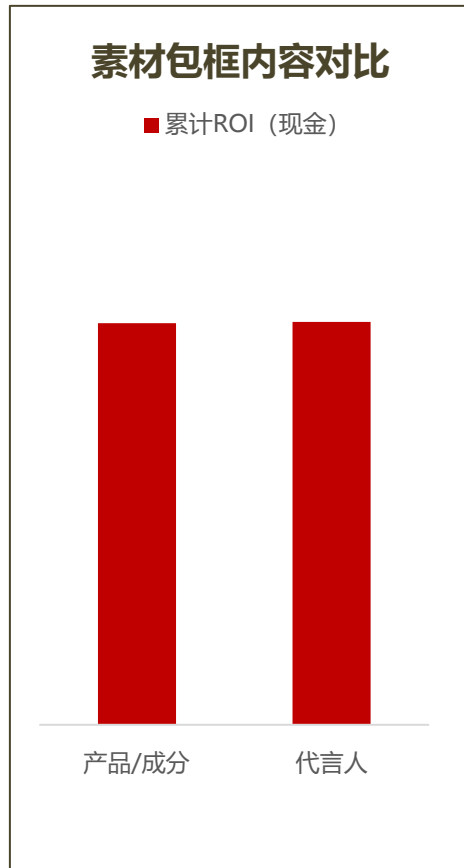
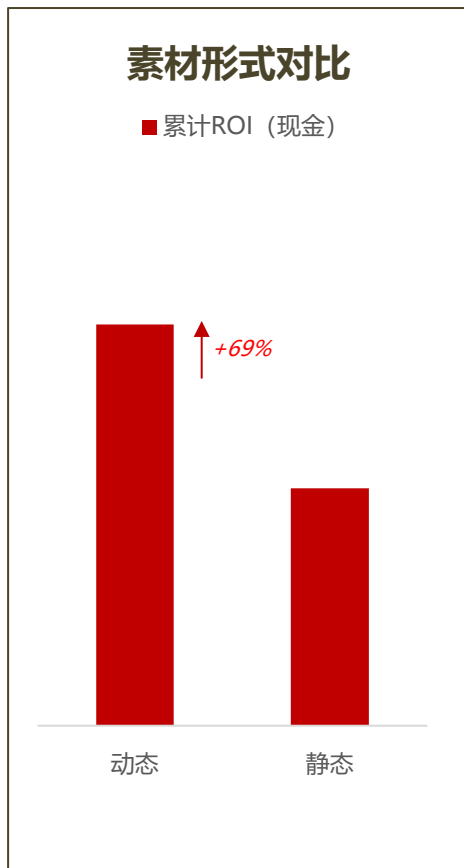
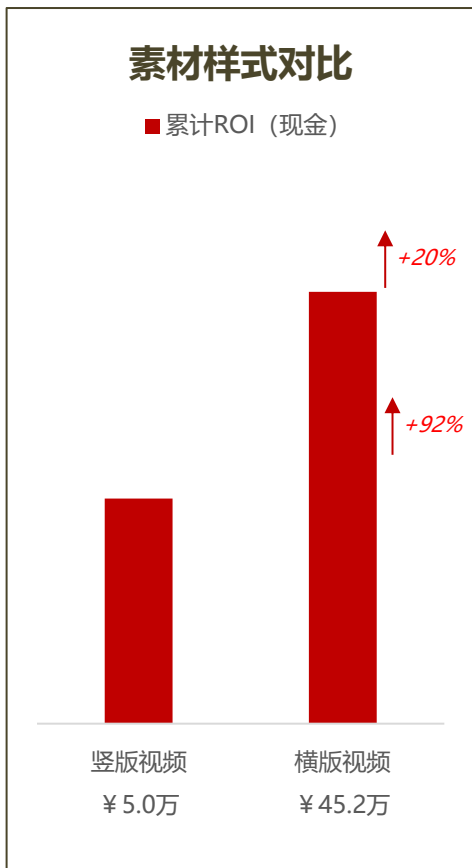
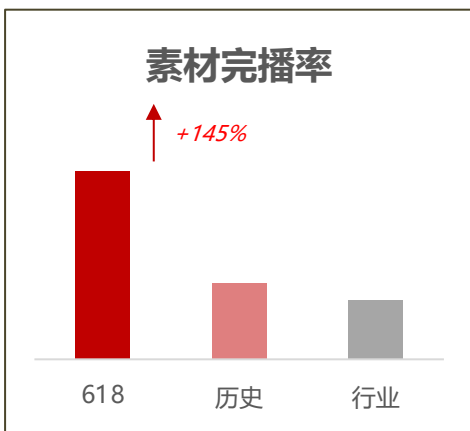
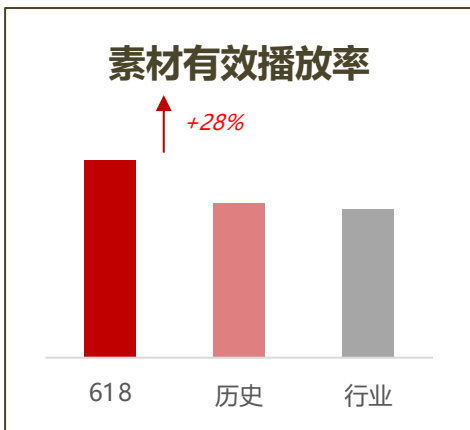
- 1、小红笔:** 根据4月结论, 加强19-24岁用户投放, 其占比从4%提升至10%, 转化率从1.19%提升至1.25%, 可持续测试;
- 2、小金针:** 40-49岁触达比例较大, 但转化率一般, 后续限制其投放; 而聚焦转化率较高的25-29岁、30-39岁女性投放;
- 3、双胶原:** 投放时间短, 男性用户占比稍大, 后续限制性别投放、持续观察。



*数据来源汇川, 投放周期为5月1日-6月20日, 数据回流统计时间6月24日

横版动态包框素材效率更高，代言人信息有助转化

- 1、通过配合618活动节奏，本轮产出投放视频180+条，混剪达人40+，整体有效播放率较历史提升**28%**，完播率提升**145%**
- 2、横版素材效率更高，ROI高于竖版**92%**，有效播放率高于竖版**20%**；动态包框利益点更突出，转化效率更高，ROI高于静态**69%**。
- 3、代言人内容包框效率略高于产品&成分类，后续可着重投放代言人物料。



包框示例



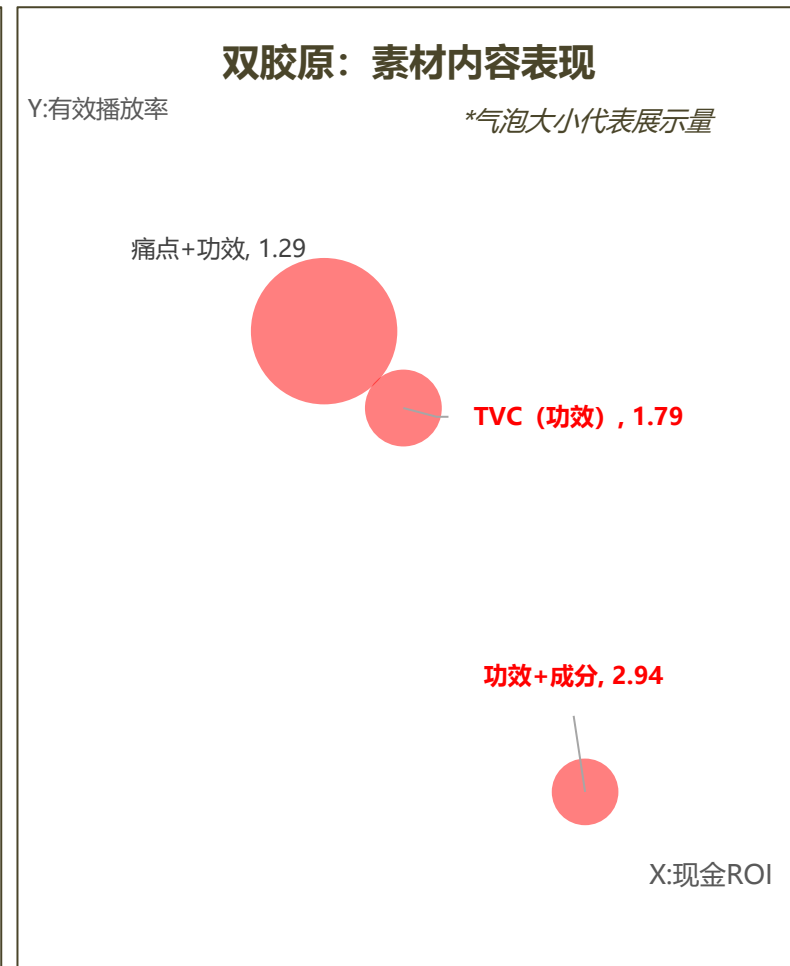
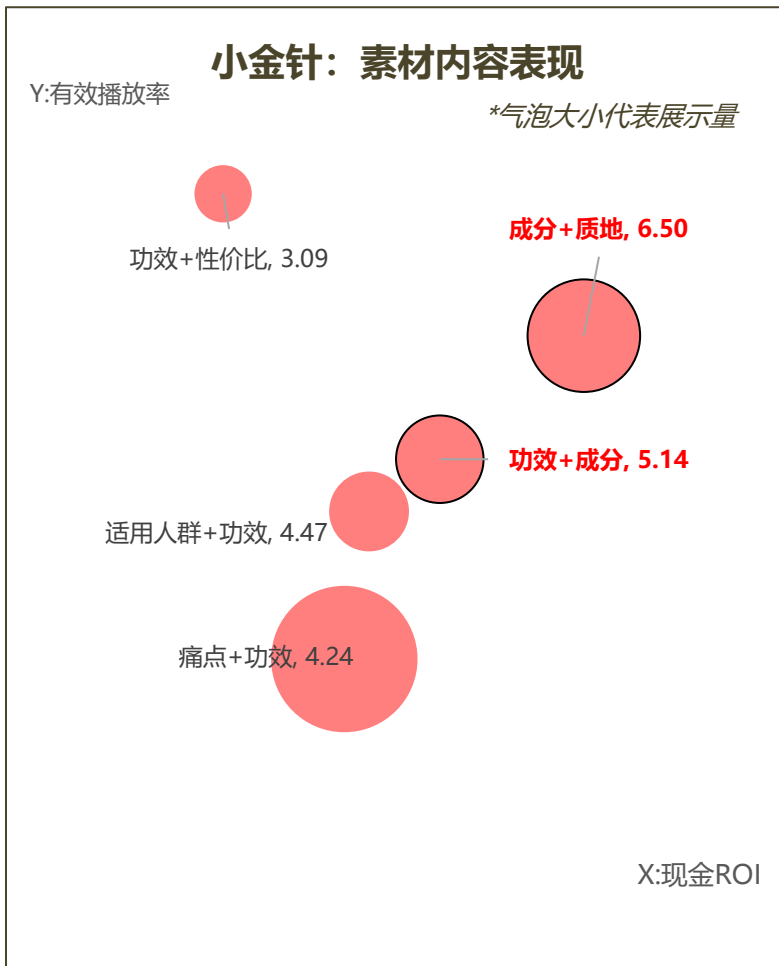
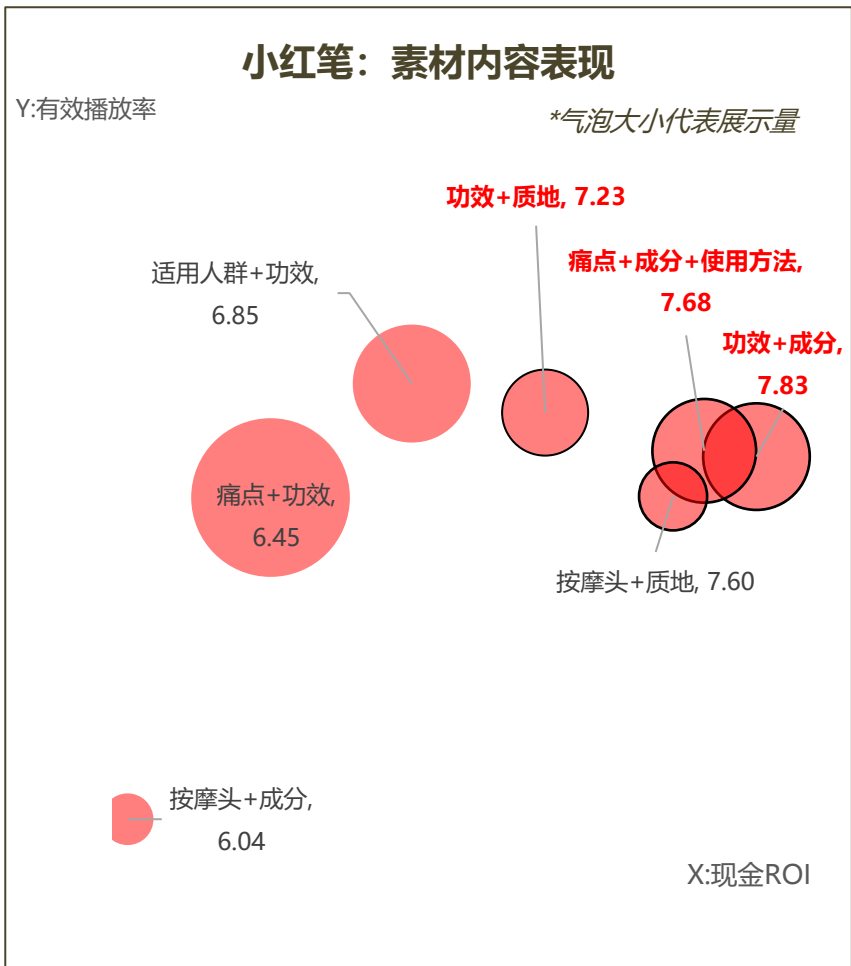
*数据来源汇川，618投放时间5月1日-6月20日，数据统计时间6月28日，历史对比数据为3-4月推广数据，推广产品为小红笔眼霜



创意素材优化—素材类型策略落地

执行过程/媒体表现

用户对小红笔眼霜的质地、使用方法、按摩头较为关注，对小金针的成分、质地更感兴趣，双胶原则更关注功效、代言人（TVC）



*数据来源汇川，618投放时间5月1日-6月20日，数据统计时间6月28日，历史对比数据为3-4月推广数据，推广产品为小红笔眼霜

小红笔



达人混剪：
内容：点名/痛点+成分+使用方法
亮点：开头点名（适用人群）20+人群

小金针



达人推荐：
内容：成分+质地
亮点：好物推荐+上脸测评

双胶原



达人推荐：
内容：点名/痛点+功效+成分
亮点：开头点名（双眼皮的人群）+眼周问题



达人混剪：
内容：成分+功效+按摩头
亮点：开头点名（适用人群）20+人群



达人推荐：
内容：功效+成分
亮点：开头点名（适用人群）熬夜党



达人混剪：
内容：功效+成分
亮点：代言人片头

素材点击率提升

40%+

到店成本下降

10%+

购买转化率提升

30%+