精准营销破壁打入美妆圈实现高效转化
西兰“要美不要味”双12营销传播项目

广 告 主：广州超威生物科技有限公司
所属行业：日化类
执行时间：2019.12.09-12.16
参选类别：社会化营销类

营销背景

超威科技旗下空清类品牌——西兰，在 2019 年 9 月新成立天猫旗舰店铺。作为新店铺，急需流量与销量的大力提升方能为店铺累积销量数据，从而提升店铺评分，为整个品牌的生意发展助力。在双 12 期间，西兰如何通过打爆主打单品——除味小白瓶，在营销内容上做到创新有口碑，在销量转化上做到强势导流有效转化，成为本次项目最大的困境与挑战。

营销目标

1、打造除味小白瓶成为品牌爆品，总曝光达到 6000w 以上；

2、双 12 期间为店铺带来引流，实现有效转化，提升单品销量。

策略与创意

本次项目以“要美不要味”为创意主题，把除味小白瓶从空清类产品跳脱，挖掘产品的使用场景与目标人群需求，结合当下时节的消费者需求，从女生吃完火锅后需要补妆这一角度切入，让除味成为补妆中的其中一步，成功让小白瓶打入美妆圈，实现弯道超车。

执行过程/媒体表现

【前期策略及整体节奏】

通过前期消费调研，精细化目标人群为在乎自身形象的年轻女性，抓住消费者害怕因异味被误会的心理，西兰结合冬季火锅场景，联合火锅 IP“大龙燚”，旨在解除消费者外出场景中的异味尴尬，传播活动主题“要美不要味”，整体活动节奏如图所示：

【预热阶段】

线下广州全城 12 家大龙燚“西兰无味火锅店”优先预热启动。新零售 360°直接导流西兰天猫旗舰店，店内除味机、台卡、海报、易拉宝、LED 视频全方位物料覆盖，激活线下消费者尝试西兰产品并最终导流电商进行转化，针对大龙燚门店“1 元购西兰小白瓶”、大龙燚免费锅底券、iphone11 免费送等活动内容吸引消费者关注，线下累积触达 200W 人次以上。

【爆发阶段-12.09~12.10】

配合电商持续可销售。活动爆发阶段联合抖音三大头部 KOL，霸道女总裁@彦儿（645w），第一女秘书@初九（560w），美妆大咖@莓子哥哥（610w），通过剧情、种草形式将产品植入进去，配合购物车标题、视频文案，形成优质的导购环境，导流粉丝至西兰天猫旗舰店，吸引粉丝关注并购买。

通过抖音的原创创意内容加直接导流链路实现品牌声量与销量双丰收。

@彦儿：诶，口嫌体正的女人啊！#火锅

@初九：今天老板又做“神 秘 人”，难道……#金牌秘书九 https://v.douyin.com/pJvQ9L/

@莓子哥哥：吃完火锅光补妆不除味，再贵的化妆品都白费！！#火锅

【扩散种草阶段】

通过抖音短视频爆发后，在微博上发起话题：#吃完火锅的人有多可怕#，话题围绕吃完火锅后的场景展开，联合微博段子手+美妆生活种草类 KOL，精准类型博主结合自然的内容形式的有效种草引起微博粉丝的广泛共鸣，实现微博 6800W+总曝光，在双十二大促前夜带动产品搜索上升，上线当天产品搜索增长率高达 57%。

携手流量**明星宋伊人和阚清子**共同为品牌发声，双明星推荐为产品增加有力背书，翻包视频引发媒体发布抢评和明星官微超话直发，为产品提升关注度的同时带动西兰品牌声量不断扩散。

营销效果与市场反馈

上线 8 天超额完成品牌曝光量达 8690w；

上线当天单品访客增长率达 300%；

上线 8 天单品总销量相比较前三个月（开店以来）的销量总和增长 162%。

销量数据来源：西兰旗舰店生意参谋

营销成果：人群场景精准营销，花式引流高效转化

上线8天
总曝光超额完成
86,900,000+

上线当天
单品访客增长率
300%

单品8天总销量
相比前3个月总和增长
162%

*总销量数据日期为12.09-12.16

创意内容+直接链路=声量销量双丰收

总曝光量
18,172,000

总播放量
3,810,000+

总点赞量
299,000

总引流量
35,851

精准类型博主+自然内容形式=即刻有效种草

总曝光量
68,446,000+

总互动量
38,000+

上线当天单品搜索增长率
57%