

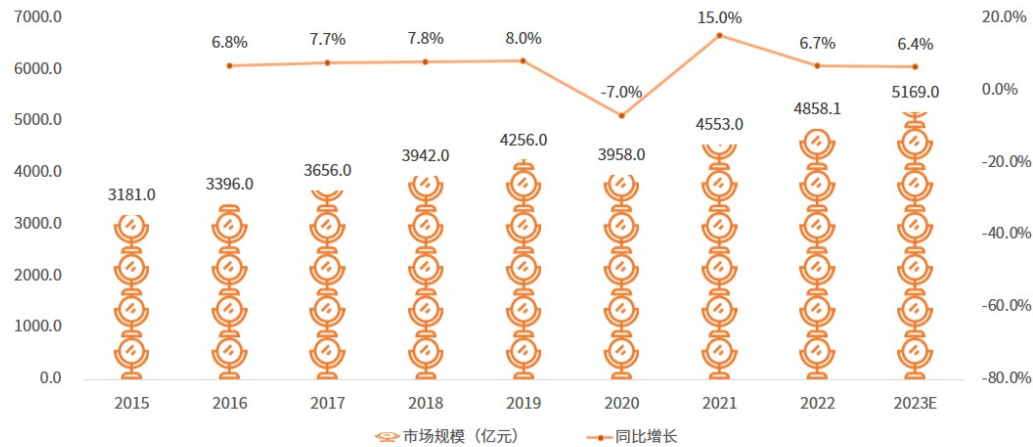
丸美：以序列化运营突围美妆趋势赛道

- ◆ 品牌名称：丸美
- ◆ 所属行业：日化/个护类
- ◆ 执行时间：2023.05.01-06.20
- ◆ 参选类别：效果类-效果广告

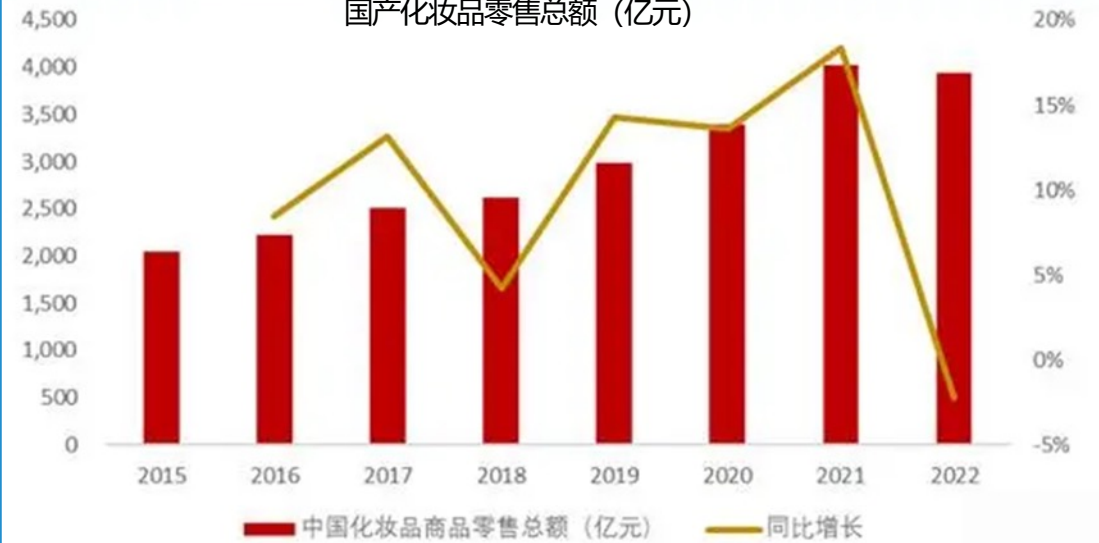
化妆品市场规模庞大，国产化妆品品牌崛起 背景&目标

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。

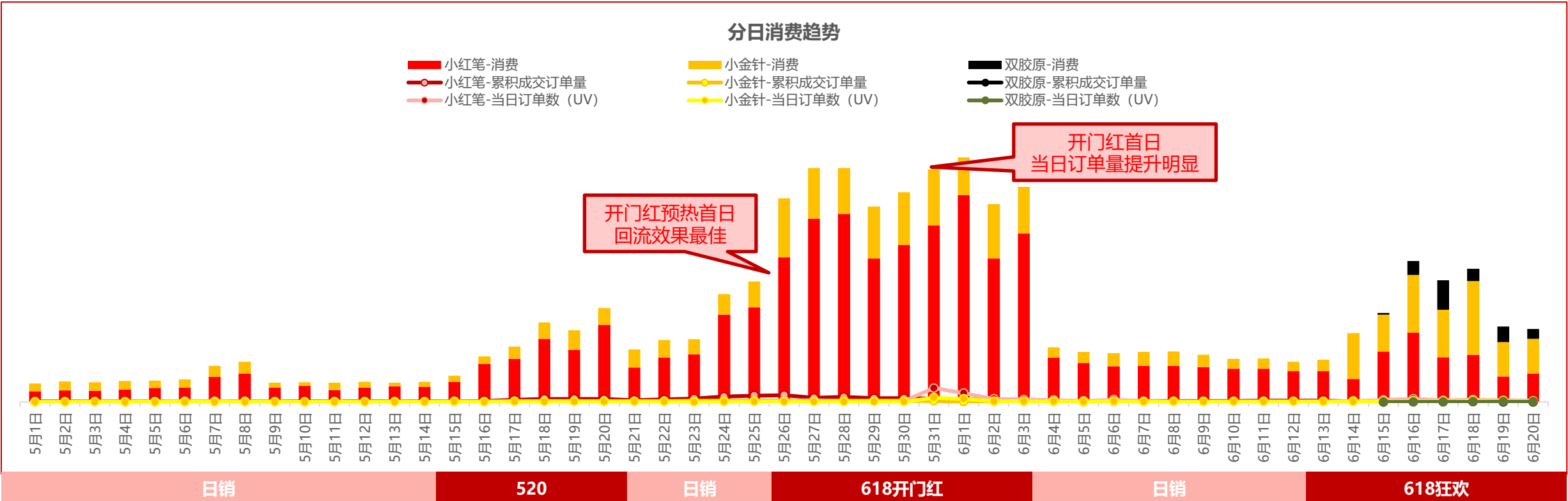
2015-2023年中国化妆品行业市场规模及预测
Scale and Forecast of China's Cosmetics Industry from 2015 to 2023



国产化妆品零售总额 (亿元)



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

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。

- 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。

性别：触达用户占比

■女 ■男 ■未知



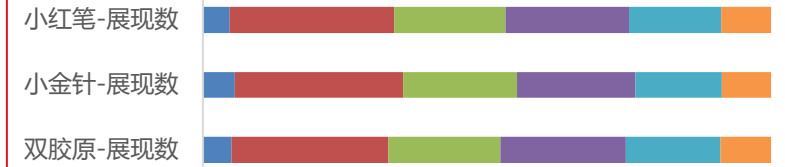
年龄：触达用户占比

■19-24 ■25-29 ■30-39 ■40-49 ■>=50 ■未知



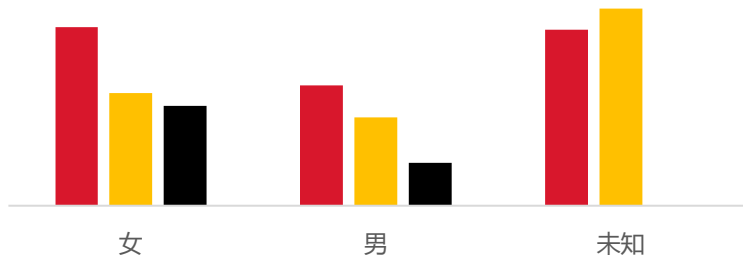
城市级别：触达用户占比

■超一线 ■一线 ■二线 ■三线 ■四线 ■五线及以下



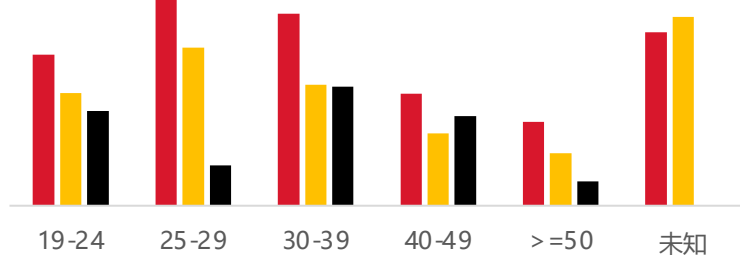
性别：转化效率对比

■小红笔-转化率 ■小金针-转化率 ■双胶原-转化率



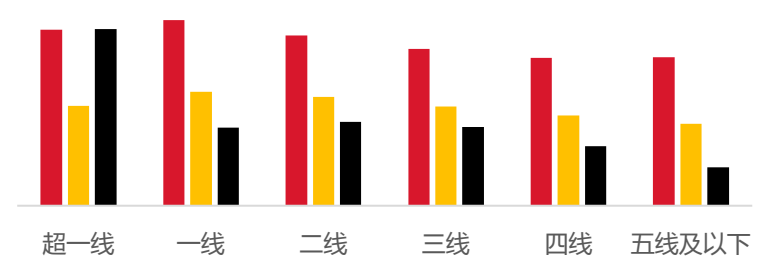
年龄：转化效率对比

■小红笔-转化率 ■小金针-转化率 ■双胶原-转化率



城市级别：转化效率对比

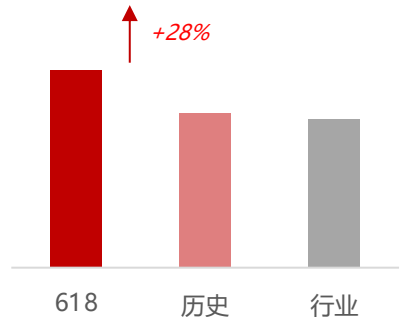
■小红笔-转化率 ■小金针-转化率 ■双胶原-转化率



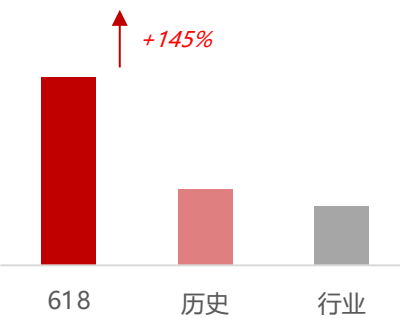
横版动态包框素材效率更高，代言人信息有助转化

- 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。

素材有效播放率

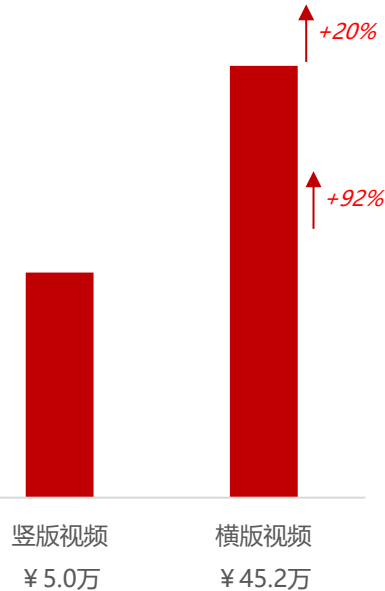


素材完播率



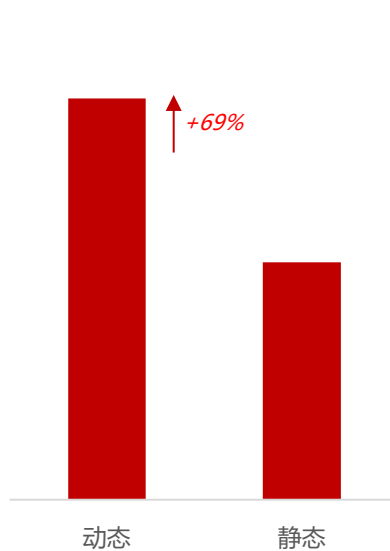
素材样式对比

■ 累计ROI (现金)



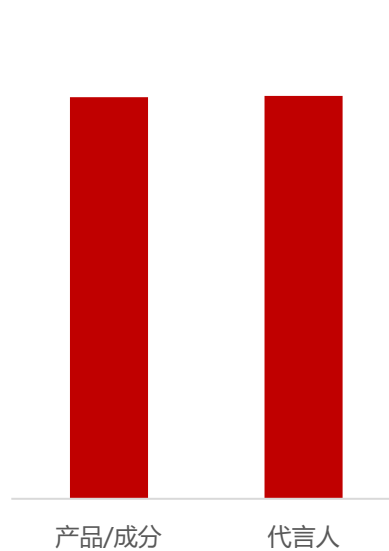
素材形式对比

■ 累计ROI (现金)



素材包框内容对比

■ 累计ROI (现金)



包框示例

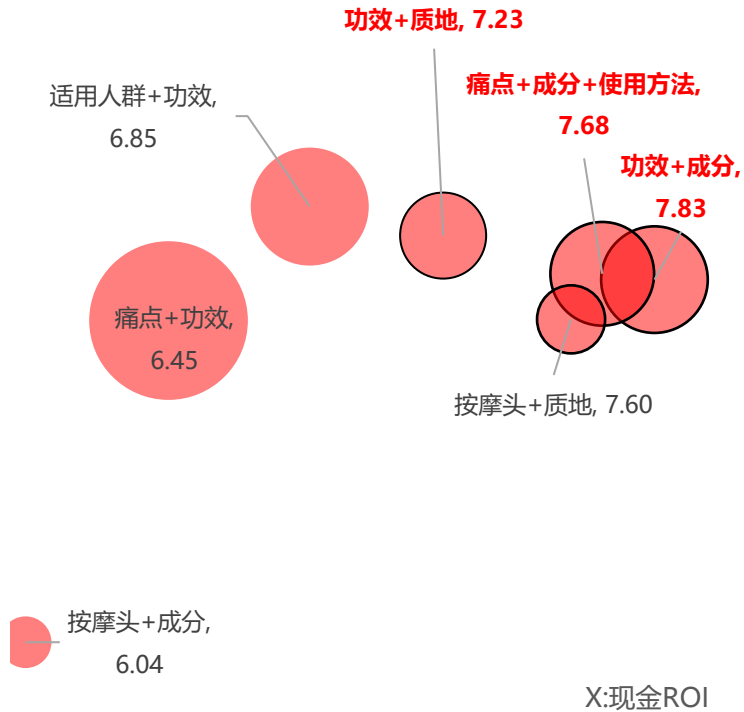


用户对小红笔眼霜的质地、使用方法、按摩头较为关注，对小金针的成分、质地更感兴趣，双胶原则更关注功效、代言人（TVC）。

小红笔：素材内容表现

Y:有效播放率

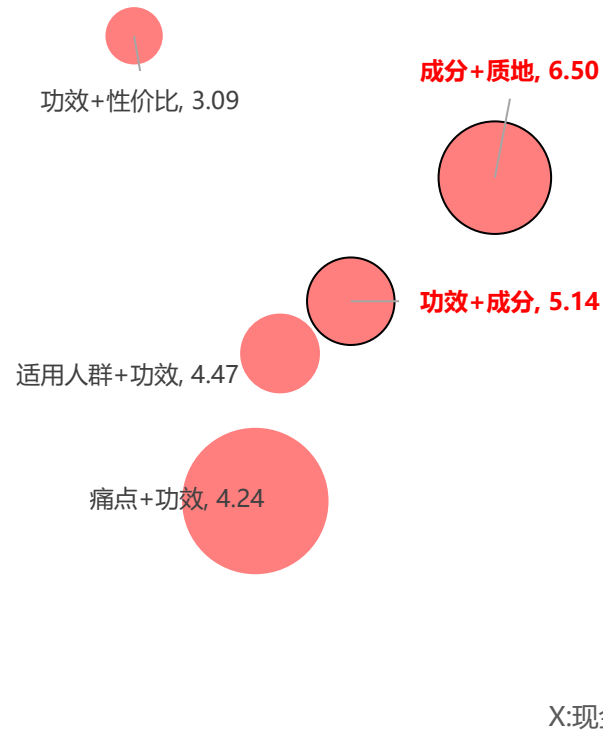
*气泡大小代表展示量



小金针：素材内容表现

Y:有效播放率

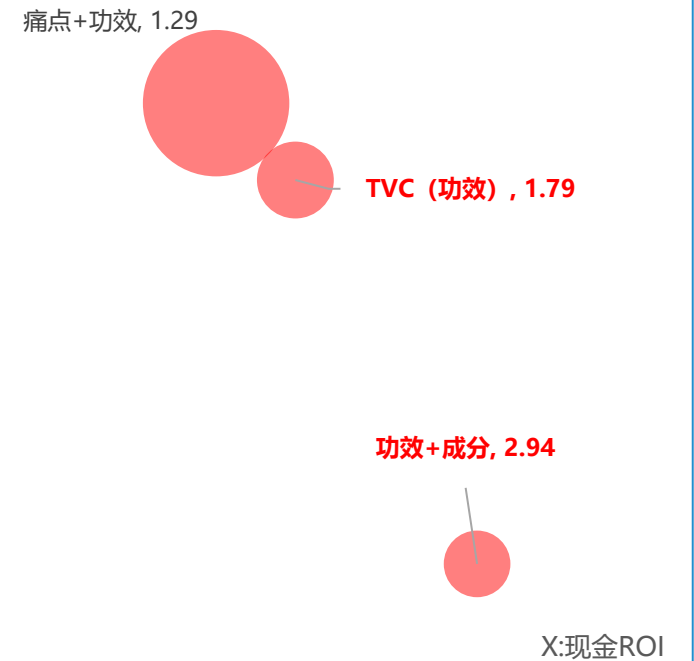
*气泡大小代表展示量



双胶原：素材内容表现

Y:有效播放率

*气泡大小代表展示量



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



达人混剪:
内容: 成分+功效+按摩手法
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



达人推荐:
内容: 功效+成分
亮点: 开头点名 (适用人群) 熬夜党

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: 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%+