

# 想怎么“妆”，就怎么“妆”

- ◆ 品牌名称：URBAN GIANT
- ◆ 所属行业：美妆/个护类
- ◆ 执行时间：2020.07-2021.07
- ◆ 参选类别：效果类-品牌传播

这是一个**新生**的国货美妆品牌

在2020年之前，还没有任何人【知道它→认识它→了解它】



而我们的使命，就是帮助这个新锐国货美妆品牌URBAN GIANT

**在美妆红海的搏杀中脱颖而出！**

# 背景

新生国货品牌

URBAN GIANT诞生

投入市场红海搏杀

通过2020-2021年全年整合营销

实现【从0到有】的心智突破

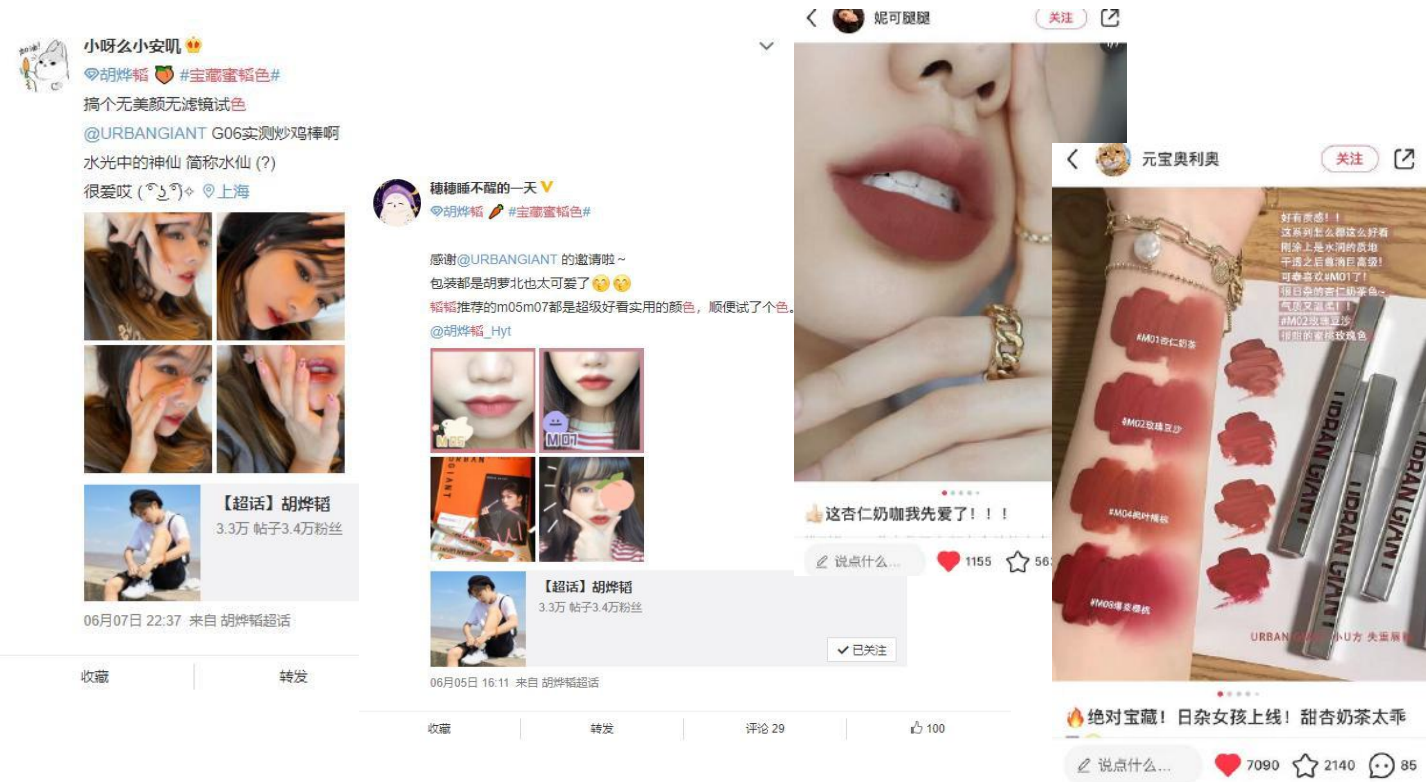
# 目标

通过全域种草传播，能让用户

能在茫茫人海 **【注意UG】**

认可品牌主张 **【记住UG】**

深入了解喜欢并 **【购买UG】**



通过内容传播，让用户认可品牌主张，并且产生具体行动（购买）

## 挑战

在美妆赛道拥挤，竞争同质化的大环境下  
URBAN GIANT这个全新的国货美妆品牌，将要面临哪些挑战？

### Challenge1

如何登场即亮眼

找对市场切入口

一炮打响品牌知名度

### Challenge2

如何差异化求存

实现品牌心智认同

收割品牌忠诚用户

### Challenge3

如何实现品效合一

不止“认识认知”

更要实现“认同认购”

## 洞察

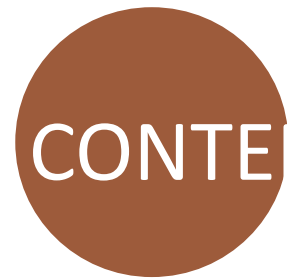


### TA是谁

00/90后生在一个互联网社交时代  
TA们 兴趣广泛 选择多样  
追求独特个性的态度  
喜欢不一样的自己



### TA在哪儿



### TA爱看什么

- ✓TA在小红书种草好看的妆容
- ✓TA在B站跟着up主学习化妆
- ✓TA在微信社群讨论化妆品口碑
- ✓TA在抖音跟风明星同款时下热点
- ✓TA在微博关注明星动态参与话题互动
- ✓TA在淘宝产生搜索&购买行为
- ✓TA在各大门户网站了解品牌实力



### TA会买什么

step1: 找到符合当下核心TA喜好的潜力机会品→色彩浓重, 不止是美, 更要“美的独特”的产品  
step2: 聚焦机会品(未来概念产品)城市惊叹系列、小U方失重唇釉 发力



明确品牌核心TA, 然后去TA喜欢看的平台, 呈现TA喜欢看的**内容**, 推荐TA感兴趣的**产品**

内容策略



## 想怎么“妆”，就怎么“妆”

### 差异化美妆内容破局

从UG产品迸发出“不一样”的灵感妆容创作

在“传播【想怎么妆,就怎么妆】品牌内核,展现UG个性化美妆”的同时

强化消费者对UG品牌的情感和价值上的认同

鼓励女性与UG一起 **实现“妆容自由”**！

## 传播策略

根据品牌的不同发展阶段  
在合适的时机 → 找到合适的平台 → 通过对的人 → 散播TA高认同感的内容

2020年  
初入局

争夺市场注意力抢占认知

认识

找到美妆爱好者的聚集地——**小红书**

通过小红书【个性美妆】KOL的集体发声

吸睛妆容  
争夺美妆兴趣人群的注意力  
宣扬UG品牌主张

了解

找到年轻人的沉浸式学习种草平台——**B站**

通过B站美妆UP主【实际教学】激发用户付诸行动模仿实践

详细妆容教程  
让用户能对品牌产品进一步了解  
同步激活UG美妆行动

讨论

找到用户每天都会用的社交软件——**微信**

利用微信社交土壤引发用户热烈讨论

首批用户收割  
社交口碑沉淀

造势

找到年轻人娱乐&追星的大流量平台——**抖音**

明星事件引爆  
大流量爆发全网跟随

配合抖音视频矩阵热点加持打造明星同款，聚集品牌流量

引爆

找到适合事件发酵更易引发热议的平台——**微博&门户网站**

明星话题及PR稿件推波助澜引发热议

事件热索引爆  
品牌热度推向峰值

收割

找到用户强购买行为产生的平台——**淘宝&快手直播**

购前解说 → 产品演绎 → 边看边买  
提供用户最佳购物体验

直接促进销售转化

2021年  
初收割  
(借势618契机)

实现种草流量初收割

# 布局 种草

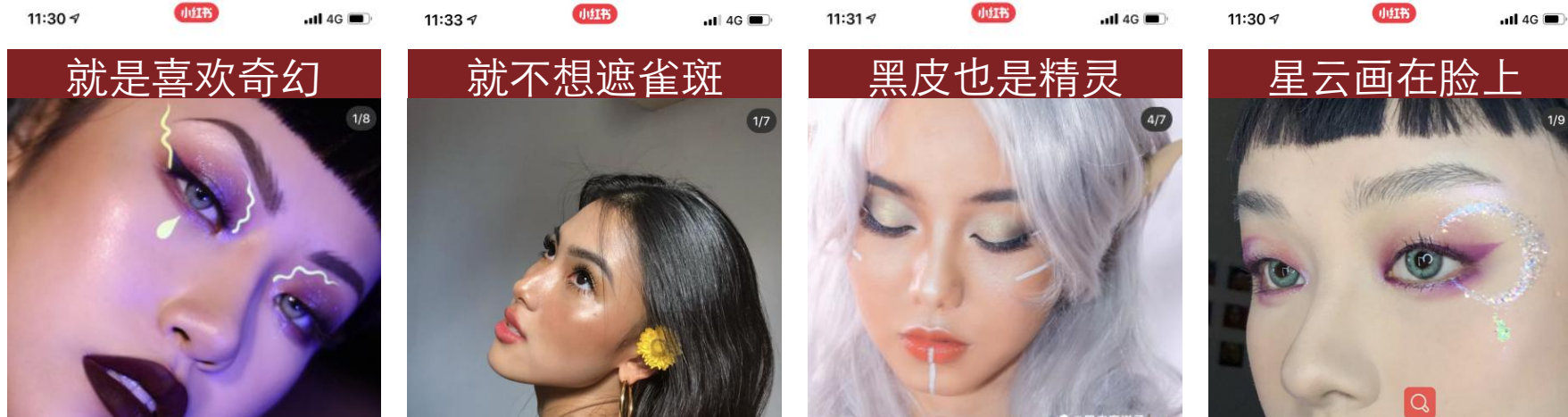
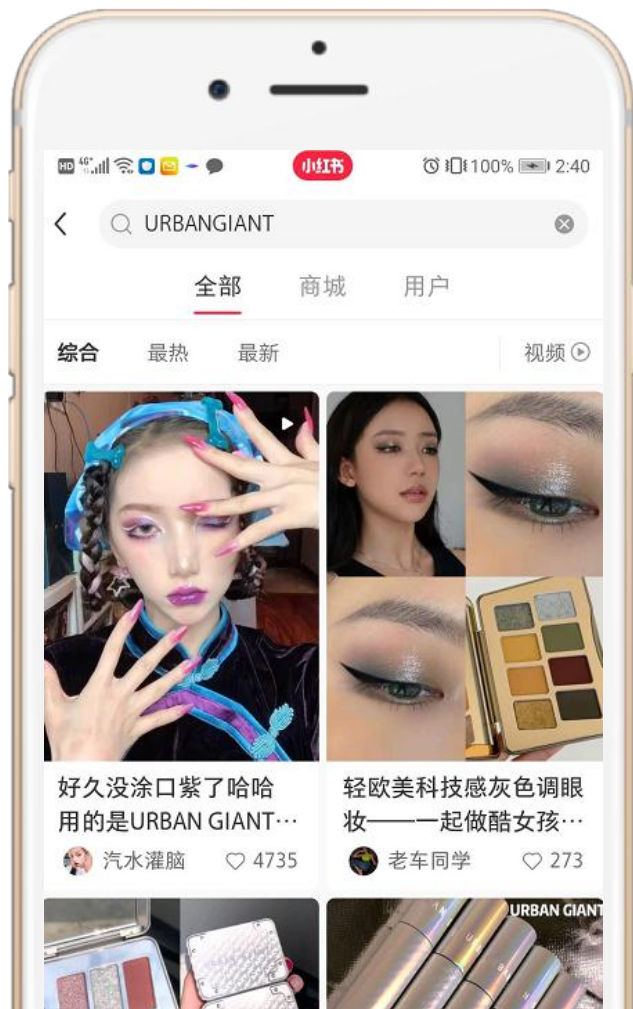
# 流量 收割

20年初入局


从0-有, 认知布局; 关键词: 种草

## STEP 1 在美妆爱好者聚集地【小红书】 争夺美妆兴趣人群的注意力, 宣扬UG品牌主张

想怎么“妆”就怎么“妆”，我有自己主张！



小红书KOL集体发声，探讨女性化妆本质  
什么“妆”好看，我说了算——我喜欢的“妆”就最好看！

【天海】 紫光夜行 妆容分享  
今天又是一个紫色系的未来感妆容  
使用了一些比较奇幻的色彩  
和口红搭配的是 URBANGIANT 的旅行箱眼影

夏日元气妆容~芒果色眼影轻欧美妆容  
夏天用黄色眼影真的好显嫩~眼影盘是 URBAN GIANT 的旅行箱眼影 66号公路盘，显色不飞粉~  
黑黄皮也能驾驭！脸上的雀斑不知道有没有加州

黑皮妆容分享 | 黑皮精灵酋长见过吗？  
我妹！我妹！我妹！  
虽然和我像但是还是不一样的~  
她今天来跟我学化妆啦~哈哈哈哈的个重眼妆带点

撞色创意眼妆 | 爆闪的亮片！  
几天不玩妆我就手痒！  
我真不知道这个妆下次还能不能画出来！  
太好看了！大家一定要看！



20年初入局

从0-有, 认知布局; 关键词: 尝试

## STEP 2 在年轻人沉浸式学习种草平台【B站】 详尽产品解说种草+ 个性妆容教程, 激活用户UG美妆行动

想怎么“化”，就怎么“化”，全凭自己心情！



七夕约会？就是想化得霸气！

安排相亲？你必须知道我很酷！

韩系女团？我感觉我也可以！



B站UP主用实际行动证明，不管他人看法  
我怎么化我说了算——今天怎么“化”，全凭我的喜好和心情！

20年初入局

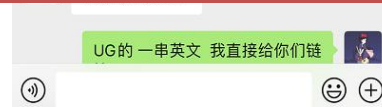
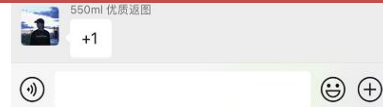
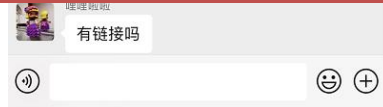
从0-有, 认知布局; 关键词: 口碑

# STEP 3 在高频社交行为发生地【微信】 引发社群UG讨论, 熟人社交打出品牌“优”口碑

想怎么“说”，就怎么“说”，表达我的UG态度！



利用微信社交土壤，引发用户热烈讨论  
——UG太好看！UG真的好！我想买UG！有木有链接~



21年初收割

大流量造势，借势618实现首次收割

# STEP4 在大流量娱乐平台【抖音】 瞄准时机“明星事件引爆+网红矩阵刷屏”共创明星热门同款

想怎么“粉”，就怎么“粉”，收获明星同款UG！



配合星聚力，精准触达粉丝，配合618节点 达成高额转化



美妆达人精准狙击目标人群  
亲选好物，走心推荐



好物推荐

无滤镜试色

好物开箱

胡烨韬引爆话题配合抖音视频矩阵持续导流，打造明星同款，引爆销售  
搭建最短路径闭合营销圈，真正实现品效合一

## 21年初收割

大流量造势，借势618实现首次收割

# STEP5 回流追星主阵地【微博】品牌话题再发酵 同步配合【PR稿】将明星合作活动的热度，再次推向高潮

## 想怎么“试”，就怎么“试”，挑战UG花样试色！



#URBANGIANT星推官胡烨韬#

阅读428.1万 讨论3311 详情>

主持人: URBANGIANT

导语: #URBANGIANT星推官胡烨韬#  
携小U方失重唇釉一起  
唇释自我,“韬”已欢心

#宝藏蜜唇色#

阅读126.2万 讨论1792 详情>

官微发起花样试色挑战，福利引发粉丝在超话内自发试色测评，促进粉丝2次购买



微博明星话题引爆热议及试色挑战  
官方回应微博互动话题，福利吸引一波热议UGC

## 21年初收割

大流量造势，借势618实现首次收割

# STEP6 不止是【淘宝】，用户强购买习惯的平台全切入 通过【淘宝&快手直播】直接促成UG美妆的转化

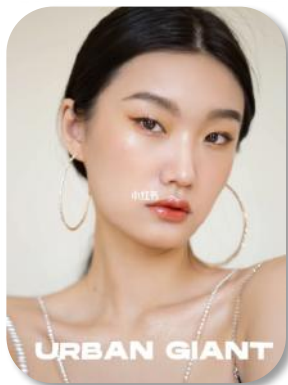
## 想怎么“买”，就怎么“买”，怎么方便怎么买！



购前解说→产品演绎→边看边买，  
——通过一站式服务，提供用户最佳购物体验



## 传播效果



20年  
初布局

### 品牌知名度

一炮打响！影响覆盖 2818W+ 的年轻女性，直接促进品牌 电商访客激增45,0725+

### 品牌认同感

态度内容引发全网热议！打入年轻圈层，触动 159W+ 的年轻女性为 UG品牌站台发声



21年  
初收割

### 品牌淘内搜索

5月营销加码，“UG”搜索人气在61期间 再次突破峰值，环比增长 185%

### 品牌电商转化

营销期间，投放平台（第三方跳转） 实现转化3,9225+，品牌全网销量 实现600%的增长



## 传播效果

# 投放成本创历史新低

投放**CPE仅1.67¥**，低于同期美妆行业的CPE均值（6.65¥）3倍之多

CPE0.17  
CPR0.06

CPE0.43  
CPR0.10

CPE0.45  
CPR0.10

CPE0.26  
CPR0.07

CPE0.59  
CPR0.12

CPE0.24  
CPR0.02

CPE0.39  
CPR0.07

一只佳佳 关注



为这支取名蜜桃气泡水！！它就是噠！

说点什么... 2.4万 7057 208

龙龙鹏 关注



奶灰奶灰的白桃乌龙太戳我了！

说点什么... 1.4万 3961 88

元宝奥利亚 关注



绝对宝藏！日杂女孩上线！甜杏奶茶太乖

说点什么... 7090 2140 85

晴天有时下猪 关注



巧克力淡奶茶色口红真是显白的王者！！

说点什么... 6792 2321 77

杏仁味的珊瑚 关注



杏仁奶茶~这个色就很nun啊！！！！

说点什么... 6515 2168 78

嗜肉怪 关注



难道我要为了一个口红安排一个泰妆吗？

说点什么... 5841 2316 92

关注



氛围感玫瑰伯爵红茶~玻璃唇yyds 这个品牌太让我惊喜了 玻璃唇也这么 ... 展开全文

说点什么... 7114 2573 189

## 传播效果

# 全网品牌资产沉淀

聚焦消费者**种草影响力持续发挥**，用户以实际行动（搜索产品→访问店铺→下单购买）来表达我们在全网【种草营销行为】的有效性



品牌资产沉淀，内容影响力持续发挥，手淘搜索&加购仍呈上升趋势

流量来源	访客数	下单买家数	下单转化率	浏览量 (占比)	收藏人数	加购人数	操作
手淘搜索	12,622 49.11%	265 15.72%	2.07%	36,254 39.34% 59.37%	1,705 27.52%	4,177 61.52%	详情 趋势
手淘搜索	8,599 >5000.00%	229 >5000.00%	2.66%	22,749 13.59% >5000.00%	1,337 >5000.00%	2,586 >5000.00%	详情 趋势

