

# OLAY 小白伞

## 营销策划



刘子聪 邓博文 杨君涵 赵晨汐

2021.02

## 目录

### **PART 1 市场分析、消费者洞察——营销BIG IDEA**

### **PART 2 全方位的保护——做自己的骑士**

通过系列视频、广告宣传、KOL种草、H5小游戏、520活动等提供给消费者对小白伞的价值感知，促进社交分享，全面营造“通勤必备防晒人设”，为职场女性提供“全方位的保护”，鼓励职场女性做自己的骑士。

### **PART 3 最贴心的保护——做你的知己**

通过线上线下联动，联名礼盒、618大促系列活动，走进消费者，OLAY小白伞成为职场女性的知己

# 中国防晒市场分析



## 防晒市场概况

- ✓ 市场规模：目前中国防晒市场增速快，尚未达到饱和，仍有较大发展潜力
- ✓ 市场竞争：防晒产品价差大，市场竞争激烈。碧柔、安耐晒、怡思丁等防晒品牌占据主要市场，集中度偏高
- ✓ 市场渠道：线上渠道拉动品类增长作用显著



## 主要竞品



安耐晒

- 以高倍数、高效防晒闻名，使用场景多为外出游玩、军训等接受长时间暴晒的场景
- 缺点主要为“厚重”、“闷痘”



怡思丁

- 价格较低，受众更广，轻薄透光，防晒倍数高
- 最大的槽点在于“搓泥”，便捷性稍差

## 消费者洞察



### 目标用户：新一代职场女性

- 年龄22-45岁
- 生活在一线、新一线及二线城市
- 受教育程度高，工作忙碌
- 积累了一定社会阅历与经验，独立、有主见

### “不同的身份，相同的诉求”

- ✓ 初入社会的职场新人
- ✓ 事业有成的成熟女性
- ✓ 兼顾家庭的职场母亲



收入稳定、追求品质，健康管理

# Big idea “最好的保护”

## 用户痛点



### “忙”

工作通勤忙碌  
化妆时间紧张



### “工作时间久”

工作持续时间长  
影响皮肤状态



### “专业化”

追求护肤品质  
产品精细化

## 核心诉求

### 省时

防晒隔离  
多效合一

### 清爽

轻润不油腻  
持妆无压力

### 精细化

高强度防晒  
阻隔紫外线抗衰老



OLAY小白伞：强防晒、抗光老、妆前隔离多效合一，职场女性的最佳选择



OLAY小白伞，给你“最好的保护”

职场女性诉求：在护肤上有自己的选择，会对产品、对使用体验有较高标准。  
工作忙碌，注重高效便捷，妆感轻薄持久

# 传播节奏

**蓄势期**  
5.15前

**预热期**  
5.15-5.31

**爆发期**  
6.1-6.18

**余热期**  
6月中下旬

**全方位的保护，做自己的骑士**

**最贴心的保护，做你的知己**

知晓

广告宣传

平台商业话题维护  
官方媒体矩阵维护

地铁广告、视频插片广告  
广泛占领目标用户心智

LADY LAB宣传+  
邀请卡发放

种草

全媒体矩阵  
KOL+社交

系列视频《女性的力量》  
四部曲种草职场女性

H5游戏、短视频KOL种草  
全媒体矩阵引爆社交分享

写字楼小样扭蛋机/  
电商平台预购礼盒套装

微博锦鲤抽奖

拔草

线上下联动  
促销量

5.20 活动  
“身边有你撑伞，  
异地有小白伞”  
热恋/单身职场女性最佳选择

LADY LAB  
八城快闪活动

电商平台618大促

天猫超级晚

短视频KOL拔草开箱  
LADY LAB现场repo

复购

持续传播  
增加回购

积分换购  
社群运营  
持续提供肤质测试服务



# 价值感知——广告及种草视频投放

## (1) 视频平台（爱优腾）插片广告 ——职场剧/都市情感剧/女性综艺

广告词示意：

《正青春》吴谨言：职场小白必备，OLAY小白伞，给你360度的保护，助你在职场乘风破浪。

《正青春》刘敏涛：从助理到总监，OLAY小白伞，是我不变的选择。

《令人心动的offer》植入：买美妆，上京东。职场防晒，就选小白伞。



图6-1 视频插片广告示意图

## (2) 线下地铁广告 ——商圈附近地铁站投放广告

广告词示意：迎接阳光前的最后一刻，小白伞助你绽放自信笑颜



图6-2 地铁广告示意图

## (3) KOL种草投放

- ✓ 职场类短视频博主，营造职场必备氛围
- ✓ 测评开箱类/美妆护肤类博主，为小白伞功效提供背书
- ✓ 抖音、B站、小红书，全媒体矩阵造势



图6-3 kol种草视频示意图

## 价值感知——《女性的力量》系列视频



通过拍摄女性在日常生活、职场等情景下互帮互助的故事，展示女性的勇敢、善良和真诚  
在视频开头和结尾插入OLAY小白伞元素，体现品牌价值观，支持职场女性做自己的骑士



平凡——闪耀

王是名副其实的“骑士”，在武汉，她每天要跑60多公里。疫情期间，她报名参加了医护人员送餐志愿队。每天将防护服和消毒液备在车里，小心翼翼，全副武装。  
一个多月，她每天都跑到医院去送餐，慢慢的她认识了援鄂的护士小刘。两人结下深厚的友谊。她们都曾平凡，她们都曾闪耀。



争执——感激

公交车上，女生A突然朝女生B发火，声称B的奶茶洒在了她的衣服上，B解释说是A故意撞她才导致奶茶洒了出来，但A依旧不依不饶，并把B拉下了车。  
下车后，A解释是因为看到有男士欲对B伸出“咸猪手”，又担心直接拆穿会激怒对方，所以才临时想出这个方法，B恍然大悟，连声向A道歉并表示感谢。



竞争——成长

新员工Tina总觉得上司Sherry处处针对她，每次写好的文档都会被批评一通，Tina逐渐丧失了信心，就在提出离职前，Tina无意间看到Sherry给下属的年终打分里，自己的分是最高的。  
原来Sherry一直很看好Tina的能力，只是觉得她缺少一些经验，希望通过这种方式让Tina迅速成长，在更高的位置发光发热。

## 社交分享——H5小游戏

### 你的专属“lady人设”（趣味测试）

- ✓ 根据对用户的职业性质、作息时间、兴趣爱好等问题进行简单测试生成专属“lady人设”，同时给出护肤建议
- ✓ 在护肤建议中强化用户对小白伞防晒的认知
- ✓ 社交平台传播裂变，持续种草小白伞



图6-3  
朋友圈分享页面示意图



图6-1  
小游戏测试页面示意图



图6-2  
专属lady形象海报示意图



用户将测试结果生成“专属lady形象海报”分享至朋友圈或直接分享小游戏，即可参与抽奖，获得OLAY小白伞正装或小样



# 爆发前夕——520系列活动

## 送给单身的自己一个“情人”



### 主打微博活动

拟定蔡徐坤为代言人  
打造“零重力小白伞”  
情人形象  
给你最好的保护

- 5.20日微博开屏广告推送
- 购买热搜推荐位“零重力情人蔡徐坤”
- 5.20当天明星本人发博推广
- 与新浪娱乐合作“蔡徐坤零重力专访”活动
- 带货直播微博同步

## 身边有你撑伞，异地有小白伞

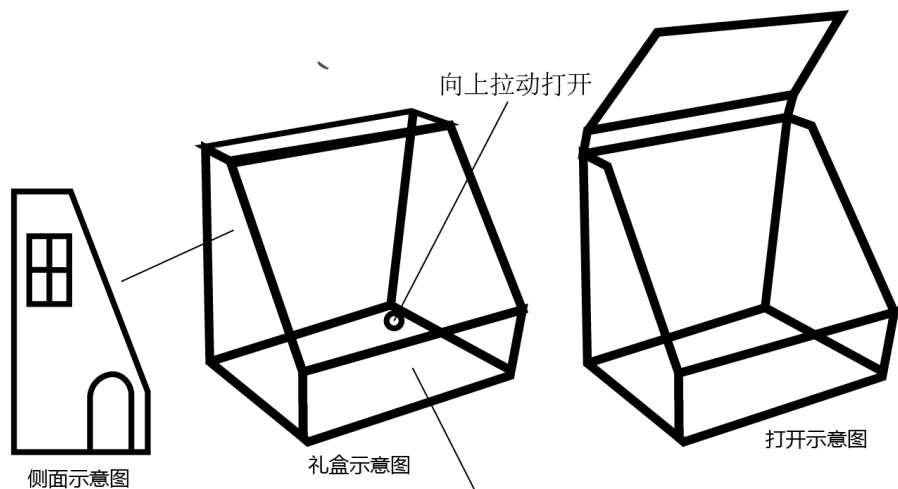
### 情侣博主投放

- 趁女朋友睡着在她脸上画深色的眼影把脸涂黑。结尾做推广：小白伞蕴含烟酰胺成分，美白护肤，让你无惧阳光
- 把女朋友的手机、家里的表调快一小时使得女朋友早起，到了才发现公司里没有人。结尾做推广：小白伞集防晒隔离于一体，每天早上多睡十分钟不是梦

### 异地恋向视频

- 女生从超市提了很多东西出来，没有办法打伞，走在回家的路上身边路过很多对情侣，都是男朋友给女朋友打伞。女生一路走回家，直到深夜和男朋友视频，快挂断的时候才小声抱怨一句“别人都有男朋友给打伞，就我没有，从超市回来感觉自己都晒黑了一圈”，男生安慰几句后，第二天女生便收到了一个快递，打开是一瓶小白伞，旁边写着“我不在你身边的日子，也要好好保护自己”

# 小白伞礼盒——独家联名+环保材料



材质：边框采用可再生纸质材料，确保稳定。主体部分采用透明PLA环保材料。

礼盒底部以不同类型礼盒产品进行分割，可以作为家用化妆品收纳盒再次利用。



底部分割示意图



产品包装示意图

内部包装盒设计为小白房子造型，从外面看就像是几座小房子错落分布。



## 泡泡玛特联名礼盒

产品：小白伞+泡泡玛特盲盒+olay小样盲盒

礼盒边框及包装采用Molly周边印花设计



## 蕉下联名礼盒

产品：小白伞+蕉下限定版遮阳伞+olay小样盲盒

蕉下限定版遮阳伞推出白色和黑色两款，印有小白伞形状印花图案。



# LADY LAB 线上线下联动 拔草小白伞礼盒



图10-1 邀请卡示意图

## 八城写字楼工区放置小样扭蛋机

- 在北京、上海、广州、深圳、南京、成都、西安、沈阳八城CBD写字楼公共区域（讨论区、茶水间、大厅等）设置小样“扭蛋机”，扫码免费领取Olay小白伞防晒
- 扫码落地页跳转至 LADY LAB 活动预告H5



图10-2 扭蛋机示意图

扭蛋内置小白伞防晒小样装

将领取方式优化为扫码领取

## Lady Lab邀请卡获取方式:

- 618活动期间，在Olay线上官方店购买“小白伞防晒出行礼盒”（任意款），或在Olay线下专柜购买小白伞防晒即可获限量入场邀请卡
- LAB活动现场入口处Olay“小白伞降落机”将随机掉落入场邀请卡
- LAB活动现场入口处将设置联名礼盒购买扭蛋机，购买即可获入场邀请卡



图10-3 扭蛋机扫码落地页示意图

# LADY LAB 现场快闪活动

区域结构示意图

## 入口外:

放置“小白伞降落机”扭蛋机，以供扫码领取小样，同时扭蛋内随机掉落入场邀请卡

## 主会场：四大板块

**产品体验区：**摆放Olay小白伞试用装并配有专业导购进行讲解

**肤质测试区：**利用Olay现有肤质测试仪器为消费者提供肤质测试服务，同时推荐Olay产品（小白伞为主）

**互动游戏区：**提供泡泡玛特玩偶合影角以及体感游戏娱乐区

**销售转化区：**消费者可现场购买小白伞单品或618礼盒



小样领取机示意图  
(替换为扭蛋机样式)



出入口示意图：  
以Olay小白伞包装形  
状为门的形状



肤质测试示意图  
(替换为Olay“智能  
大白”仪器)



# 618爆发——抽奖&晚会赞助



图13-1 微博抽奖示意图

## 锦鲤抽奖活动

微博抽奖 “OLAY小白伞承包你所在办公室美眉们的全年防晒”

6.1发布，6.18开奖

## 618天猫晚会赞助

天猫618超级晚（2020年红星美凯龙独家冠名）

OLAY作为**赞助超级品牌**，抽奖环节植入小白伞



图13-2 天猫晚会赞助

# 618爆发——抽奖&晚会赞助

天猫



## 玩法1: 线下联动, 预购就送Lady Lab邀请卡

618预售: 支付618礼盒定金即可获得Lady Lab电子版邀请卡, 直接发送到对应的淘宝账号。

## 玩法2: 拒绝套路, 买多少送多少

用户购买相应规格小白伞, 直接赠送相同净含量小样

## 玩法3: 超值换购, 加价购盲盒

+39元送价值199元小样盲盒 (OLAY旗下明星护肤产品)



<b>每日签到</b> <b>+5 积分</b> 立即签到 >	<b>绑卡有礼</b> <b>+500 积分</b> 立即签到 >
<b>关注店铺</b> <b>+20 积分</b> 立即签到 >	<b>完善资料</b> <b>+20 积分</b> 立即签到 >
<b>价值 ¥56</b>  <b>1500 积分</b> OLAY ProX 亮肤舒缓精华液 7ml 立即兑换 >	<b>价值 ¥92</b>  <b>2500 积分</b> OLAY 光感小白伞精华 6ml OLAY 小白伞面膜 1片 立即兑换 >

京东

## 积分抽奖活动

- ✓ 条件: 关注店铺/开通会员即可抽奖
- ✓ 积分消耗: 每次30积分 (1元商品购买 = 1积分)
- ✓ 次数: 每位会员每天有3次抽奖机会
- ✓ 签到绑卡加积分、签到加积分 (如图)
- ✓ 生日月专享积分双倍 (完善资料), 生日月进店消费积分双倍
- ✓ 618活动期间购买小白伞产品/小白伞礼盒积分双倍
- ✓ 积分可兑换好礼



## 余热期——维持热度，促进回购



### KOL开箱视频

寄送小白伞618礼盒，邀约KOL录制开箱视频，在6.18-6.20进行发布，维持小白伞话题热度，通过KOL对使用感的介绍增强真实性，进一步促进销售及回购



### 私域流量维护



在Lady Lab放置会员群二维码，由导购进行引导消费者扫码进群，形成OLAY专属社群，后期可以在群中发布优惠信息和新品信息，增强消费者粘性



### 肤质测试体验测评视频

邀请KOL、鼓励真实用户发布肤质测试体验测评笔记和视频，Lady Lab活动结束后将部分仪器留置在对应商场的Olay专柜内，为后续的吸引和导流奠定基础

