



兰蔻“小黑瓶”CNY项目

微博结案报告 2017/01/13

新年传递 「每一年，更年轻」 品牌理念 推动小黑瓶产品大曝光



Phase 1 徐娇/张静初/吕燕品牌分享会

“Love your age” 理念传达 · 产品功能教育



Phase 2 小黑瓶新年视频

借势新年契机，全面曝光小黑瓶产品





借势微博两大热点 放大品牌活动声量

Phase 1 #打破年龄限制级#-借势明星

利用徐娇/张静初/吕燕的明星影响力，来触达不同年龄段粉丝受众，引发粉丝经济，提升品牌声量

Phase 1 #今年你几岁#-借势节日

踩点元旦新年时段传播品牌新年视频，利用BigDay组合资源进行品牌活动扩散

资源整合整体规划

12.16

12.17

12.18

12.19

12.31

1.1

1.2

#打破年龄限制级#

#今年你几岁#

品牌速递
图文card

品牌速递
图文card

品牌速递
图文card

品牌速递
视频card

品牌速递
图文card

品牌速递
图文card

品牌速递
图文card

Tips

Tips

关键词
新年快乐

互动开机报头

热搜榜单
基础包

热门话题
文字链

粉丝头条
张静初/吕燕

1. 硬广投放分析



12.16-12.18品速图文card-互动类内容引发受众讨论声量

#打破年龄限制级#



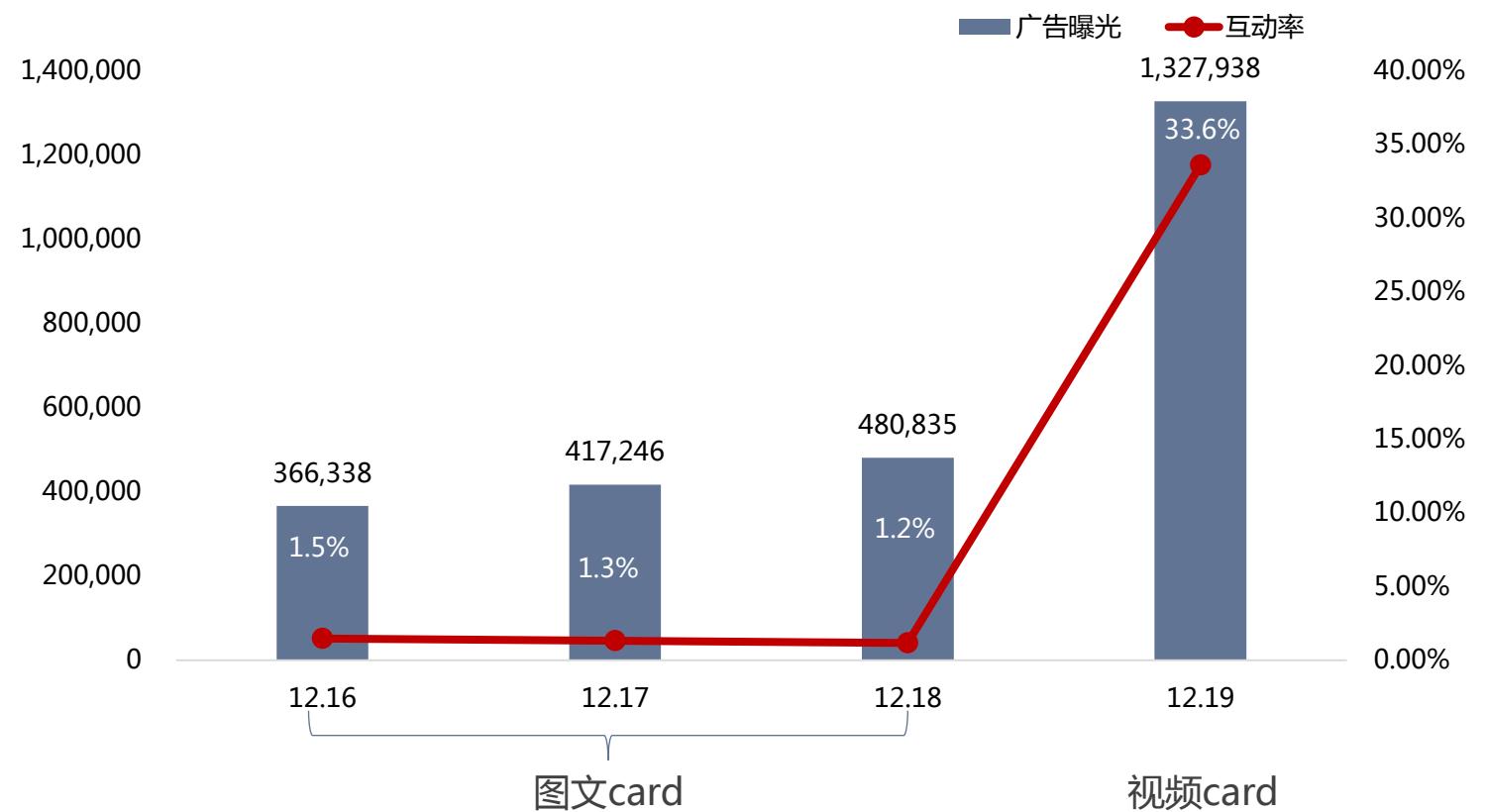
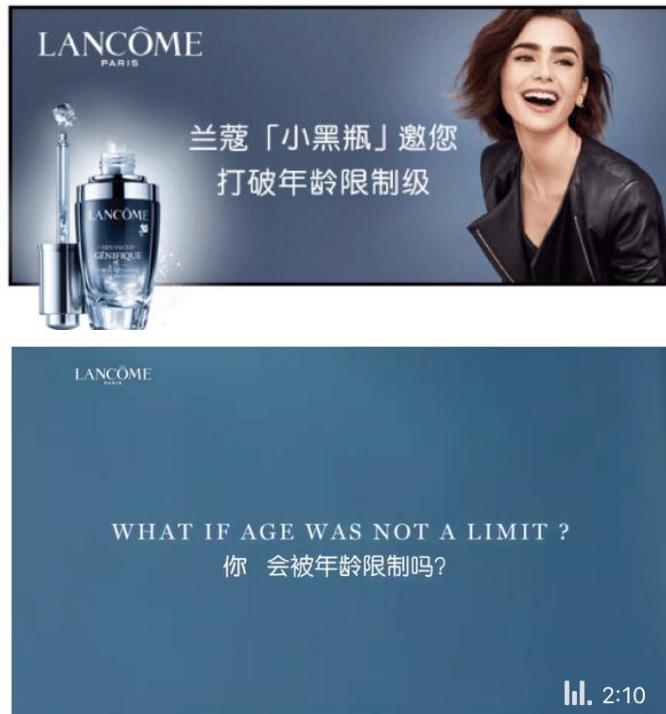
12.19品速视频card-视频内容引发用户观看热潮

#打破年龄限制级#



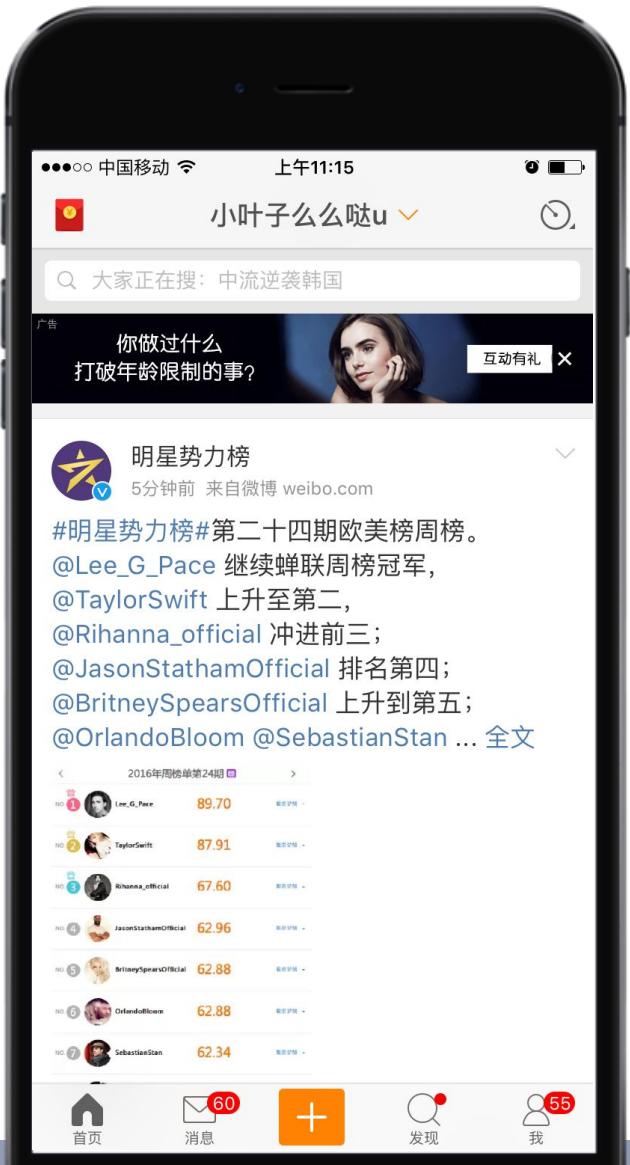
品牌速递互动对比-视频card更有利于用户互动的触发

#打破年龄限制级



12.18-12.19顶端tips-占据信息流顶端黄金点位吸引用户围观热议

#打破年龄限制级#



12.19热搜榜单-热搜榜单总曝光3676.3万次，助推品牌活动上升热点

#打破年龄限制级#



12.31-1.2品速图片card-品牌互动类话题&利益驱动吸引网友关注讨论

#今年你几岁#



12.31-1.4关键词：新年快乐-借势新年节点网友行为习惯，引发搜索热潮

#今年你几岁#



1.1互动gif开机报头：小黑瓶大曝光夺人眼球，新年福利拉动互动点击

#今年你几岁#



1.1话题文字链：高达4527万次曝光，加速品牌热点发酵

#今年你几岁#



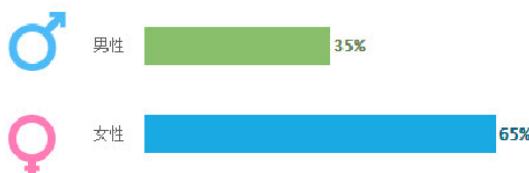
2. 品牌多维度分析



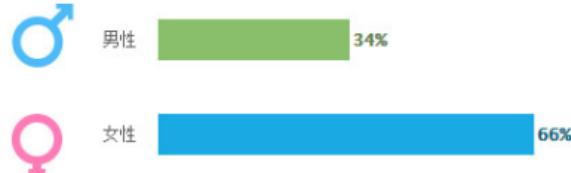
话题互动用户画像

年轻化，关注明星娱乐的女性为主，广东、江苏用户偏多

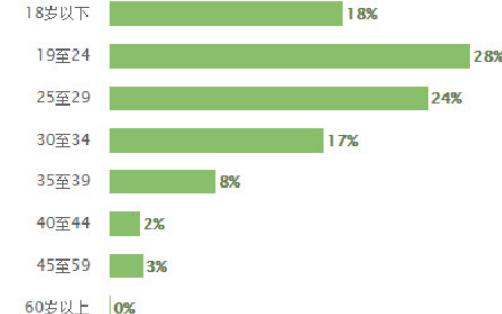
#打破年龄限制级#互动用户性别



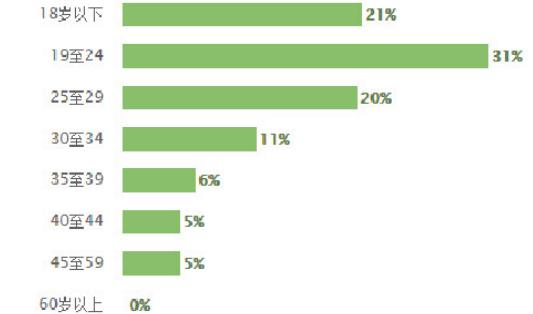
#今年你几岁#互动用户性别



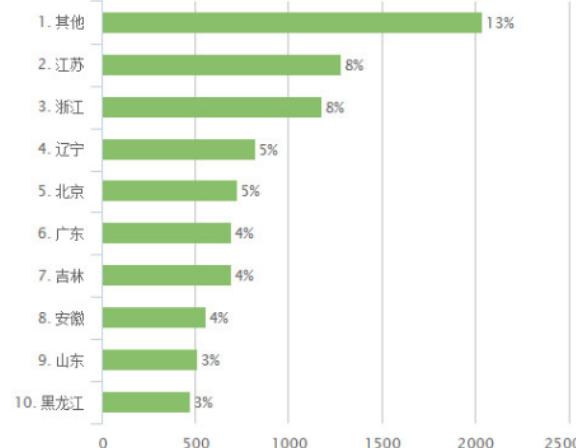
#打破年龄限制级#互动用户年龄



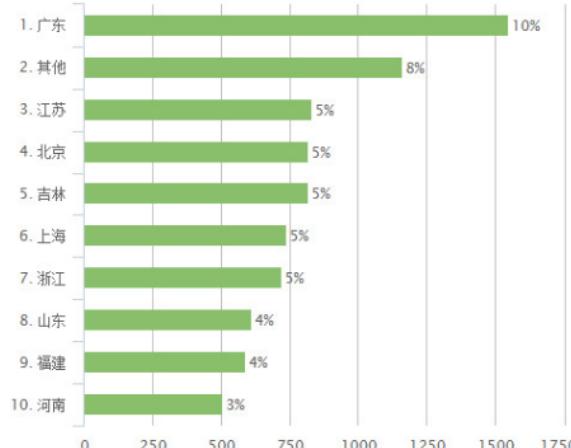
#今年你几岁#互动用户年龄



#打破年龄限制级#互动用户地域分布



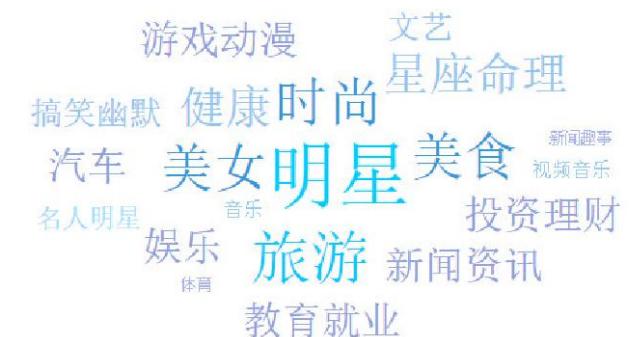
#今年你几岁#互动用户地域分布



#打破年龄限制级#互动用户兴趣



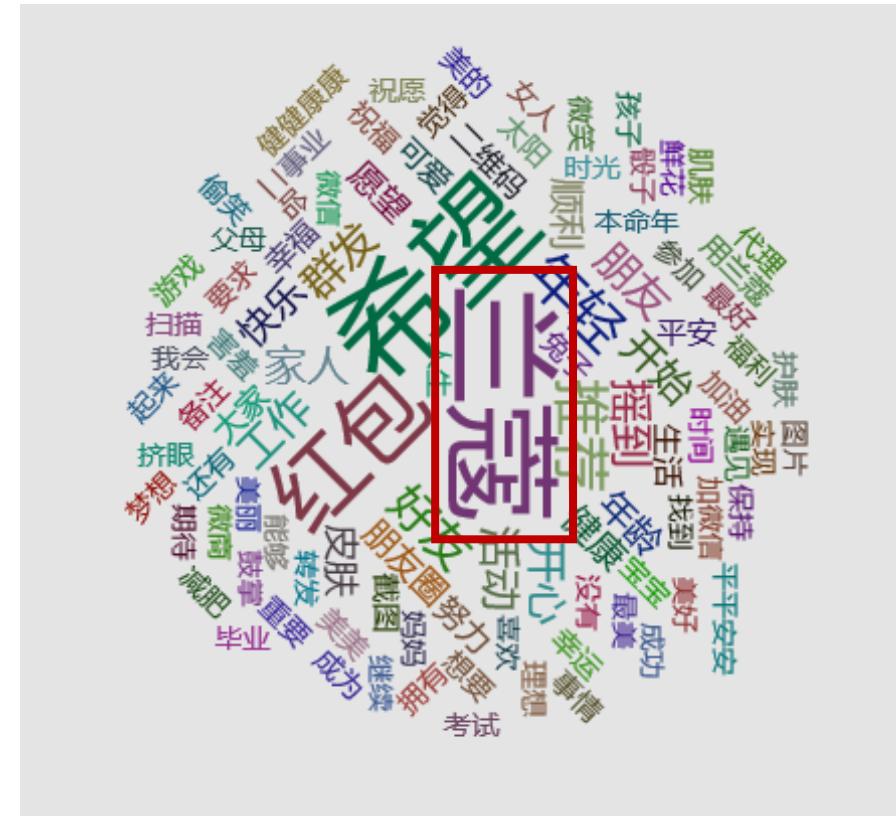
#今年你几岁#互动用户兴趣



话题讨论舆情分析-用户在两波活动中对于品牌的提及率高，同时#今年你几岁#强势将品牌与新年做绑定，为品牌圈粉赢好感



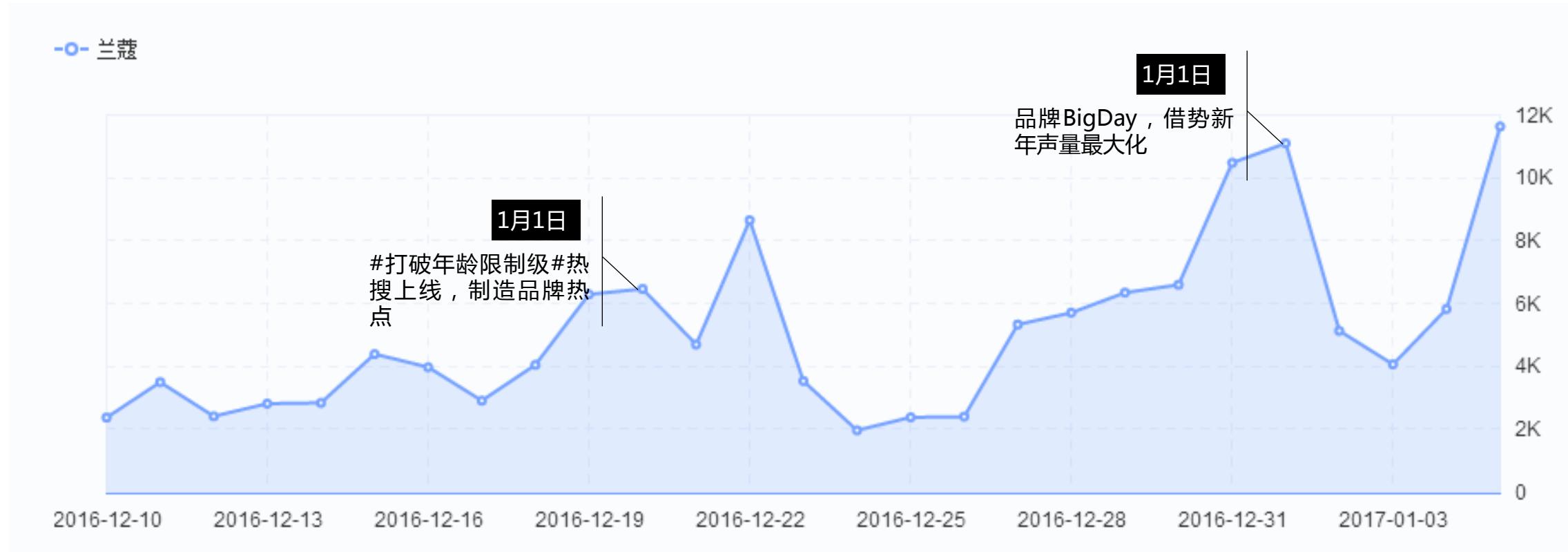
#打破年龄限制级#



#今年你几岁#

活动期间，品牌微指数涨幅

话题讨论期间，品牌声量伴随阶段性主题涨幅效果明显



3. 明星影响力分析



明星博文：吕燕

中国移动 下午5:04 偶就是一个小... 大家正在搜：黄子韬胜诉sm

热门

吕燕 来自iPhone 7 Plus

12月19号晚上8点 在上海大剧院 我会和@兰蔻LANCOME 一起与你们分享Love Your Age“年轻无关年龄”的故事，15张门票送给一直支持我的你们。以#打破年龄限制级#为话题，@我或 @兰蔻LANCOME，告诉我们你的美丽故事。期待与你们的相约~ 在上海的朋友可以联系你的联系方式，我们的工作人员将会送上门票哦！😊

任何年龄，都可以勇敢去冒险。

Julie_Ding : 我觉得爱情来的时候无论年龄无论国籍尽情地享受其中, 无谓年龄限制啊! 梦想也是, 任何年龄阶段都可以有梦想并尝试实现, 不要有畏惧就行. @吕燕

小手拉66大手 : 支持，梦想开始与年龄无关！一直勇敢的走下去❤️

UHHUAA : 支持兰蔻的产品，用的也是兰蔻哒，

DJNICKI : 喜欢吕燕的笑 不做作 自然释放 亦是兰蔻的铁粉儿

6 15 86

首页 消息 + 发现 我

文案：预告兰蔻线下演讲事件，以互动福利拉动网友参与话题讨论

RealAction : 想去想去想去！请赐我一张票吧！！！
2016-12-15 13:40

丁维维丁维维 : 忠实寇粉，求中😊
2016-12-16 11:00

看长腿蜀黍 : @吕燕 抽到我抽到我，看这里看着我在我后面❤️😊😊😊
2016-12-14 18:46

网友纷纷求中，希望去到演讲现场

配图：官方明星海报，表态品牌态度

Julie_Ding : 我觉得爱情来的时候无论年龄无论国籍尽情地享受其中, 无谓年龄限制啊! 梦想也是, 任何年龄阶段都可以有梦想并尝试实现, 不要有畏惧就行. @吕燕

网友支持品牌态度

UHHUAA : 支持兰蔻的产品，用的也是兰蔻哒，

网友主动为品牌站队

DJNICKI : 喜欢吕燕的笑 不做作 自然释放 亦是兰蔻的铁粉儿

吕燕博文网友评论聚合



燕姐很漂亮

31%

支持燕姐

22%

支持兰蔻产品

16%

请赐一张门票

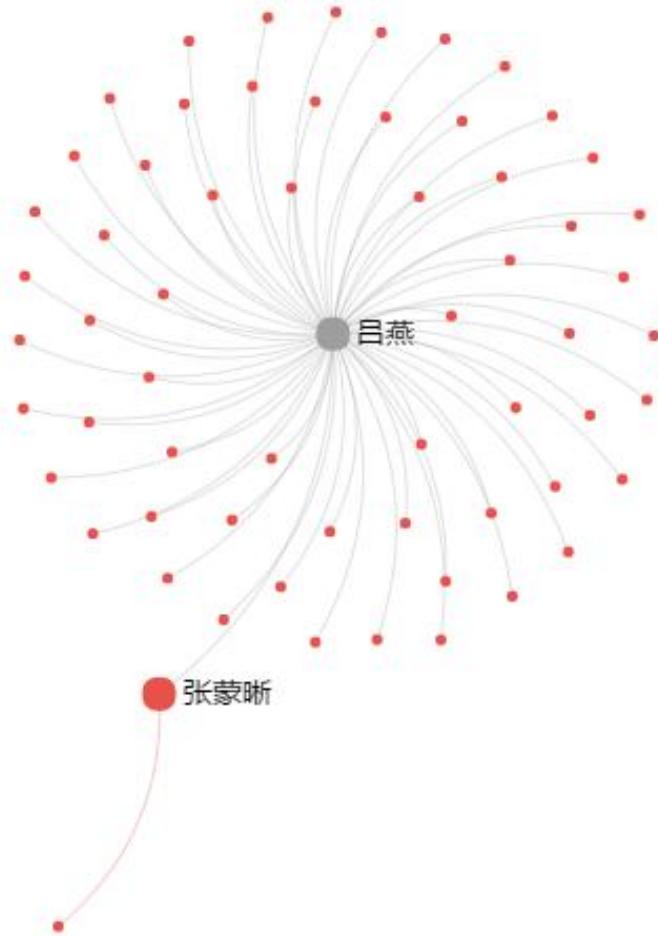
11%

其他

20%

吕燕博文传播层级

转发主要集中在第一层，且传播较为集中，@吕燕自身带动的转发量较大



层级	有效转发	转发占比	覆盖人次	核心转发	TOP15
2	50				
第1层	49	98.00%	363566	 张蒙晰 转发: 1	 NIKKI... 转发: 0
				 徐力智Ke... 转发: 0	 天羽部落 转发: 0
				 昆明休闲娱... 转发: 0	 蓝扣子囡囡 转发: 0
				 monic... 转发: 0	 DJNIK... 转发: 0
				 世上哪里都... 转发: 0	 Elena... 转发: 0
				 捷足先登李... 转发: 0	 Lili环... 转发: 0
第2层	1	2.00%	432		

吕燕博文传播网友提及词汇

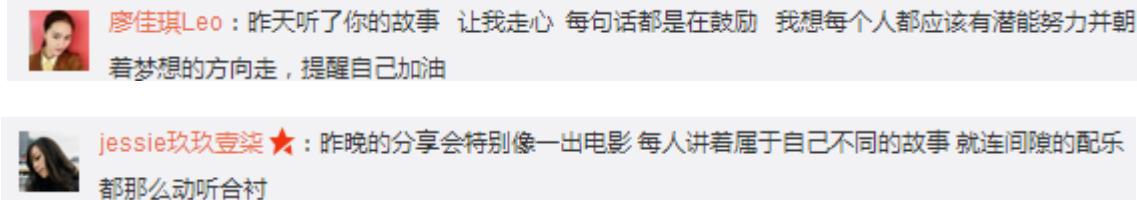
“兰蔻” 品牌名上榜热门词汇，品牌声量集中引爆，“限制级”排列第七，说明品牌话题内容深入网友讨论

排名	热词	提及量	排名	热词	提及量
1	微博	28	11	年龄阶段	2
2	吕燕	10	12	女性	2
3	上海	7	13	无论	1
4	兰蔻	6	14	几岁	1
5	年龄	6	15	抽奖	1
6	故事	6	16	比方	1
7	限制级	5	17	十几岁	1
8	打破	5	18	门票	1
9	期待	4	19	无谓	1
10	美丽	4	20	梦想	1

明星博文：张静初

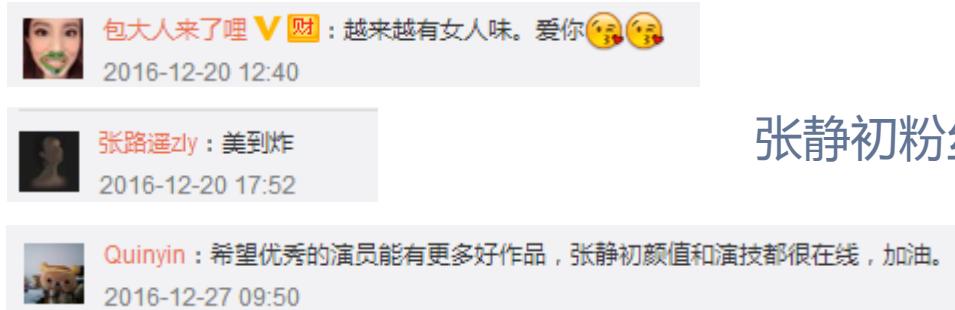


文案：表明演讲后的心情，但是没有提及品牌话题词和品牌账号



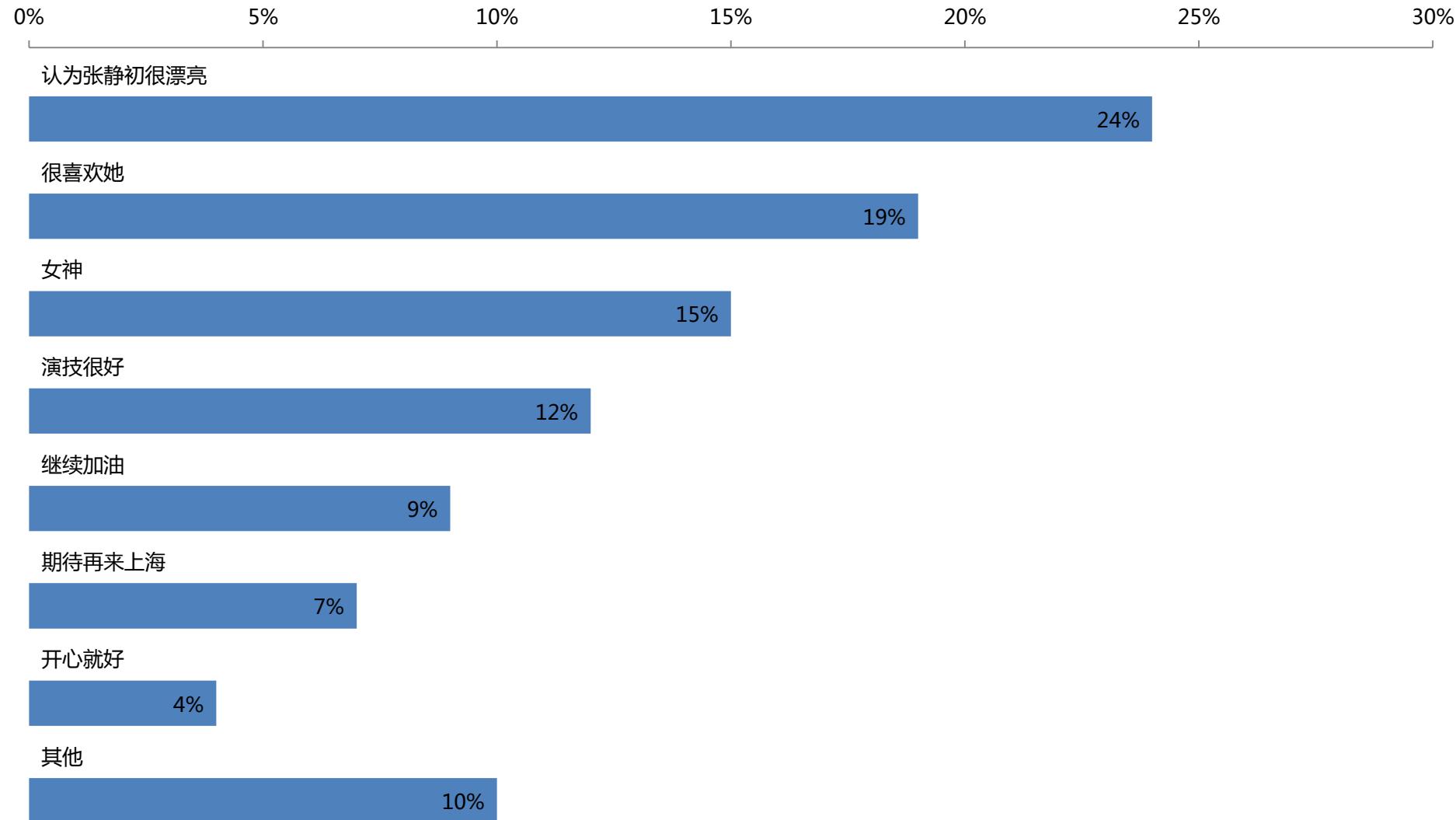
观看演讲的网友发表观后感

配图：演讲现场照片，没有品牌露出



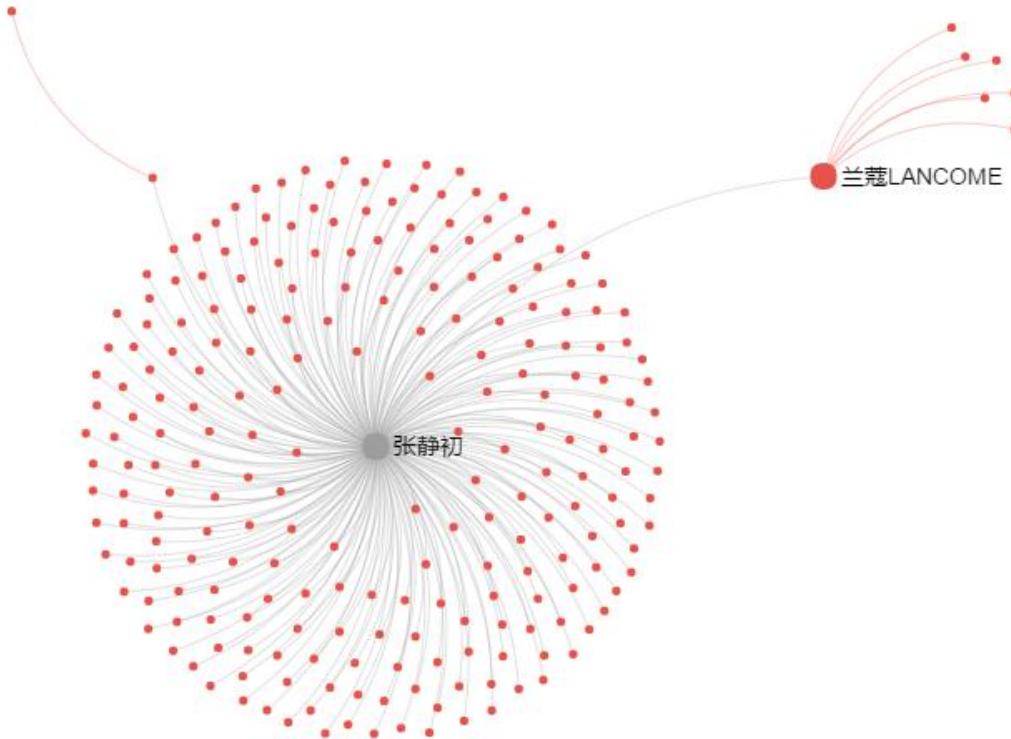
张静初粉丝聚众表白

张静初博文网友评论聚合



张静初博文传播层级

博文传播爆发力强，第一层级转发占比97.67%



层级	有效转发	转发占比	覆盖人次	核心转发
2	215			TOP15
第1层	210	97.67%	1390856	兰蔻LANCOME 转发: 4
				凌渡摄影 转发: 1
				青岛城事 转发: 0
				李檬 转发: 0
				怪癖微博 转发: 0
				通通yan... 转发: 0
				薇薇__... 转发: 0
				Cindy... 转发: 0
				988陈蓝 转发: 0
				小鑫老师 转发: 0
				LiQia... 转发: 0
				白白的狗黑... 转发: 0
				无尽的卫生... 转发: 0
				张静初吧宣... 转发: 0
				心已沧海、 转发: 0
第2层	5	2.33%	4054	荷塘悦悦 转发: 0
				柠小檬An... 转发: 0
				Super... 转发: 0
				酒中的白玫... 转发: 0
				十指紧扣C... 转发: 0

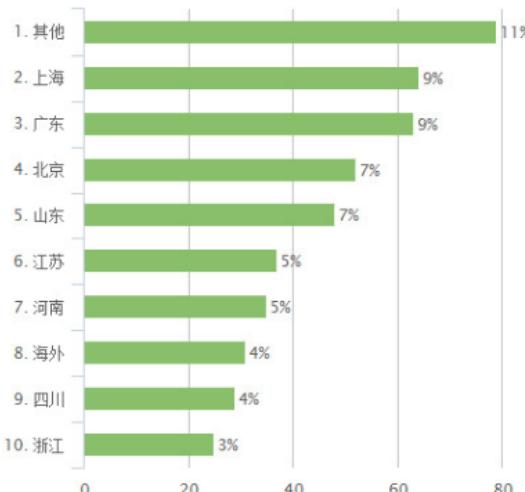
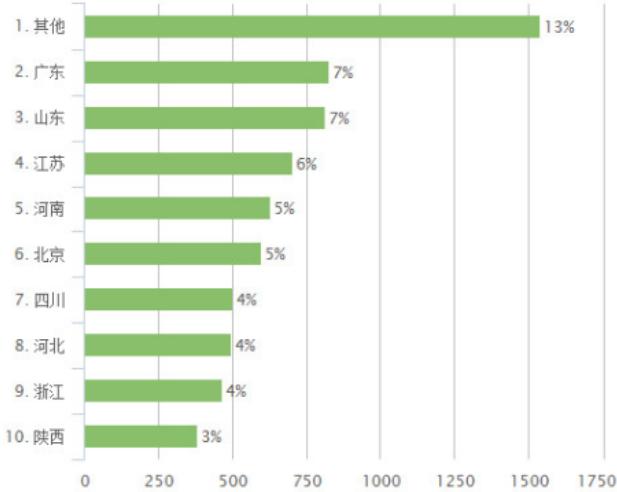
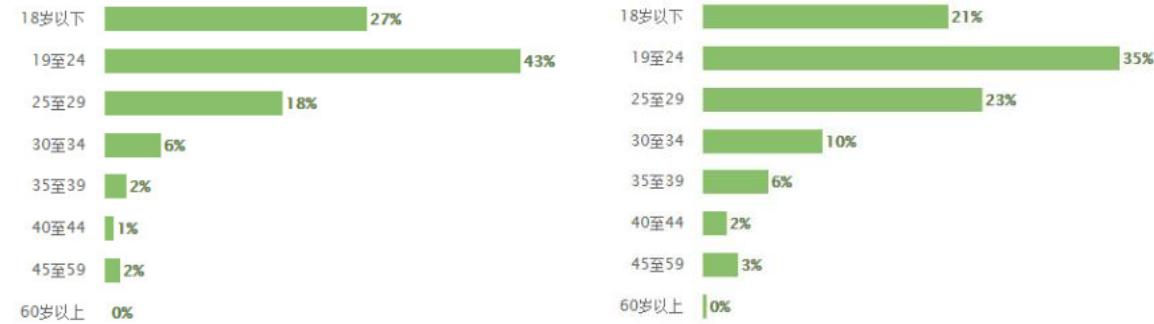
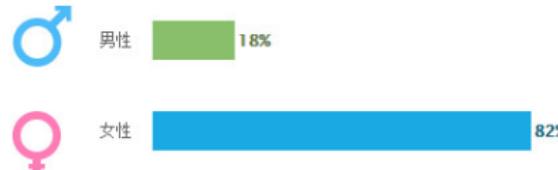
吕燕博文传播网友提及词汇

网友讨论内容主要集中在张静初本人，而“兰蔻”的出镜率较低，建议明星博文自带品牌内容，提升品牌曝光以及和明星的关联度

排名	热词	提及量	排名	热词	提及量
1	微博	111	11	入手	5
2	女神	8	12	怀抱	5
3	分享	7	13	超级	5
4	直播	6	14	天猫	5
5	姐姐	6	15	回顾	5
6	很喜欢	6	16	感谢	5
7	小黑	6	17	品牌	5
8	好美	6	18	更好	5
9	点击	5	19	预售	5
10	更美	5	20	漂亮	4

张静初&吕燕博文互动用户画像-整体以90、95后女性为主

其中吕燕粉丝主要集中在北上广一线城市，关注时尚；张静初粉丝分布较为平均，热爱明星娱乐



视频音乐 健康
搞笑幽默 美女
时尚 音乐 八卦杂谈
音乐 健康 美图摄影
搞笑幽默 娱乐
时尚 旅游 新闻趣事
校园生活 穿衣美容
IT数码 星座命理
名人明星 文艺
汽车 美图摄影
星座命理 视频音乐
美容服饰 旅行

八卦杂谈 美图摄影
音乐 IT数码
搞笑幽默 健康
穿衣美容 星座命理
时尚 旅游 娱乐
电影 自由
文艺 听歌
名人明星 旅行
视频音乐 视频音乐
美容服饰

4. 项目总结



项目亮点



1. 借势明星影响力

利用徐娇/张静初/吕燕的明星影响力，来触达不同年龄段粉丝受众，引发粉丝经济

踩点元旦新年时段传播品牌新年内容，符合用户节日习惯，利于引发网友好感

2. 借势元旦节日氛围



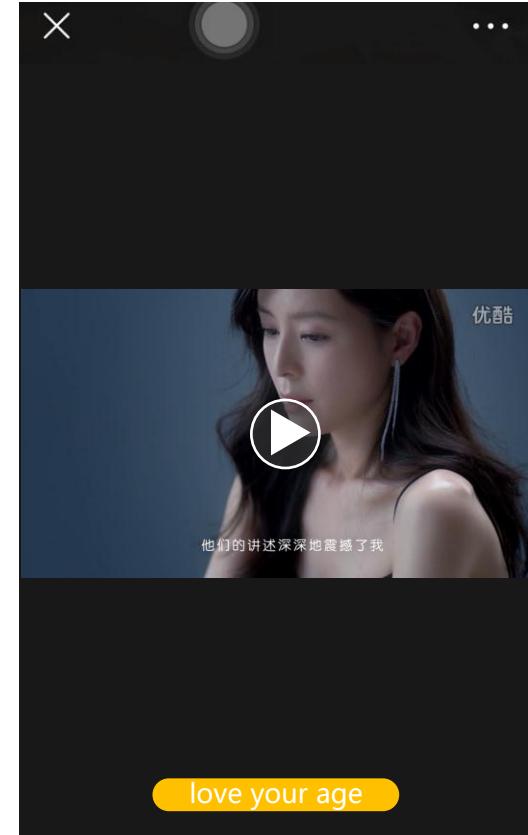
项目优化建议-视频资产声量效果最大化

5秒视频开机报头

- 精彩内容提前曝光，吊足网友胃口
- 吸引点击收看品牌完整视频
- 视频底部banner点击跳转电商，直接拉动产品销售

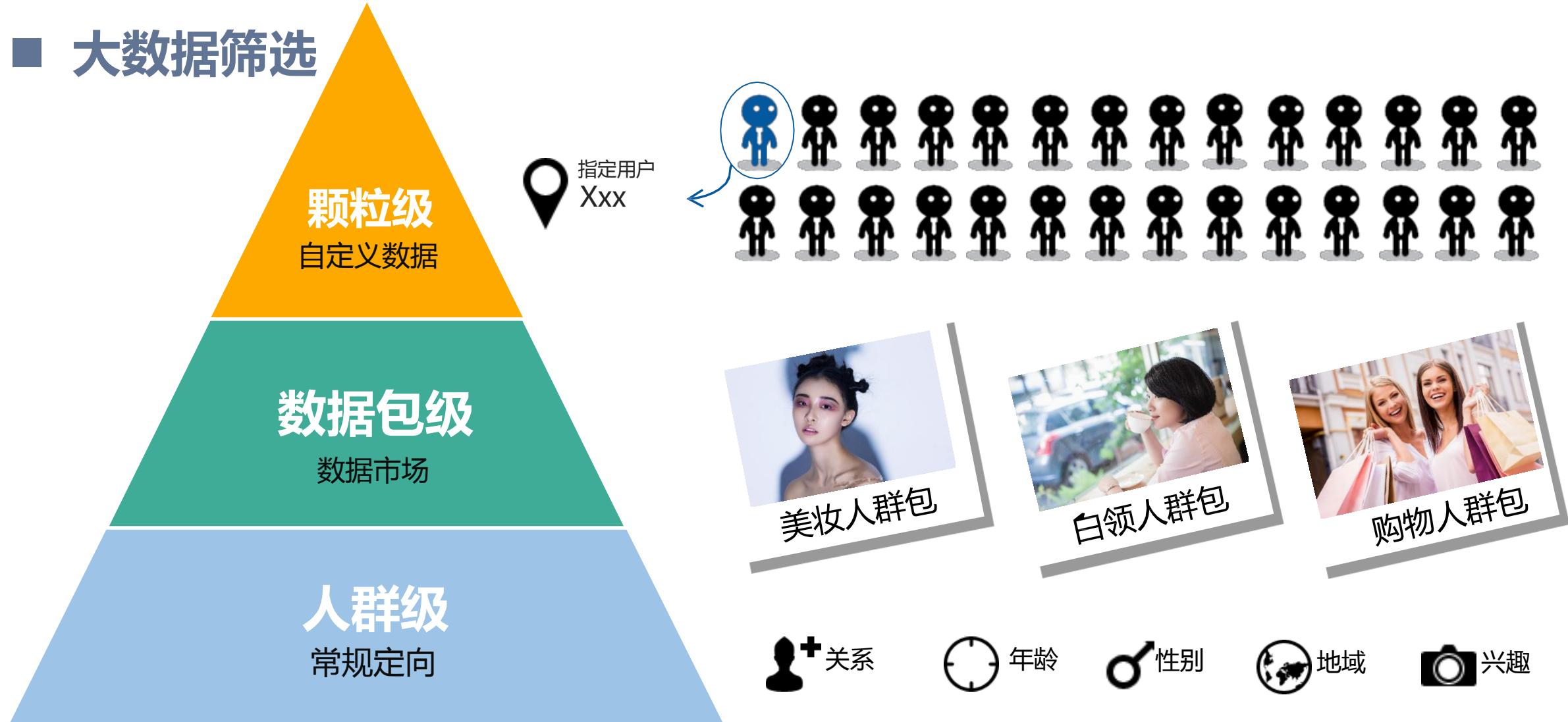


完整视频



项目优化建议-利用粉丝通精准定向信息流资源，有效触达品牌&竞品受众

■ 大数据筛选



THANKS 