



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

资源整体规划

12.16

品牌速递
图文card

12.17

品牌速递
图文card

12.18

品牌速递
图文card

Tips

12.19

品牌速递
视频card

Tips

热搜榜单
基础包

粉丝头条
张静初/吕燕

12.31

品牌速递
图文card

关键词
新年快乐

1.1

品牌速递
图文card

互动开机报头

热门话题
文字链

1.2

品牌速递
图文card

#打破年龄限制级#

#今年你几岁#

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#



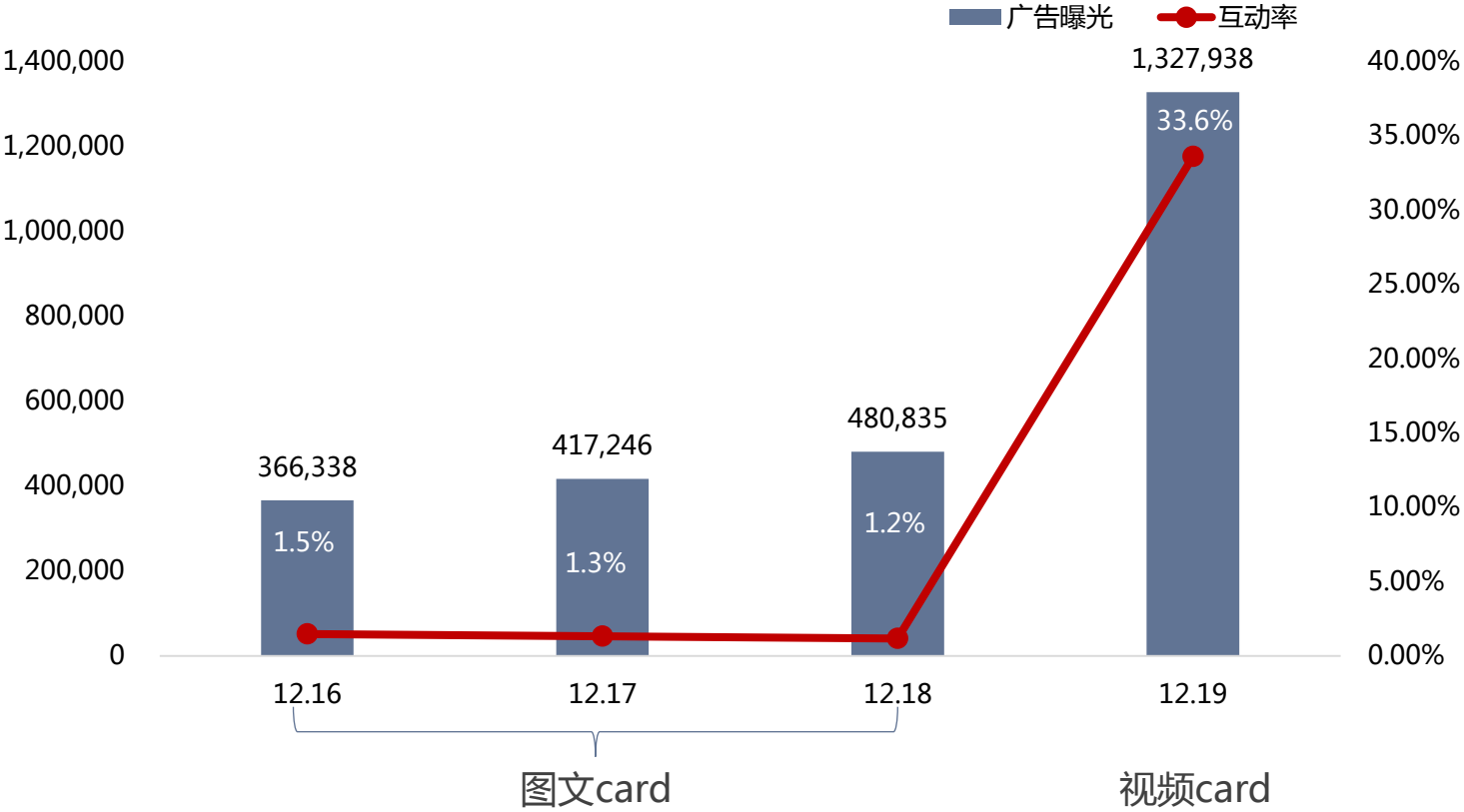
12.19品速视频card-视频内容引发用户观看热潮

#打破年龄限制级#



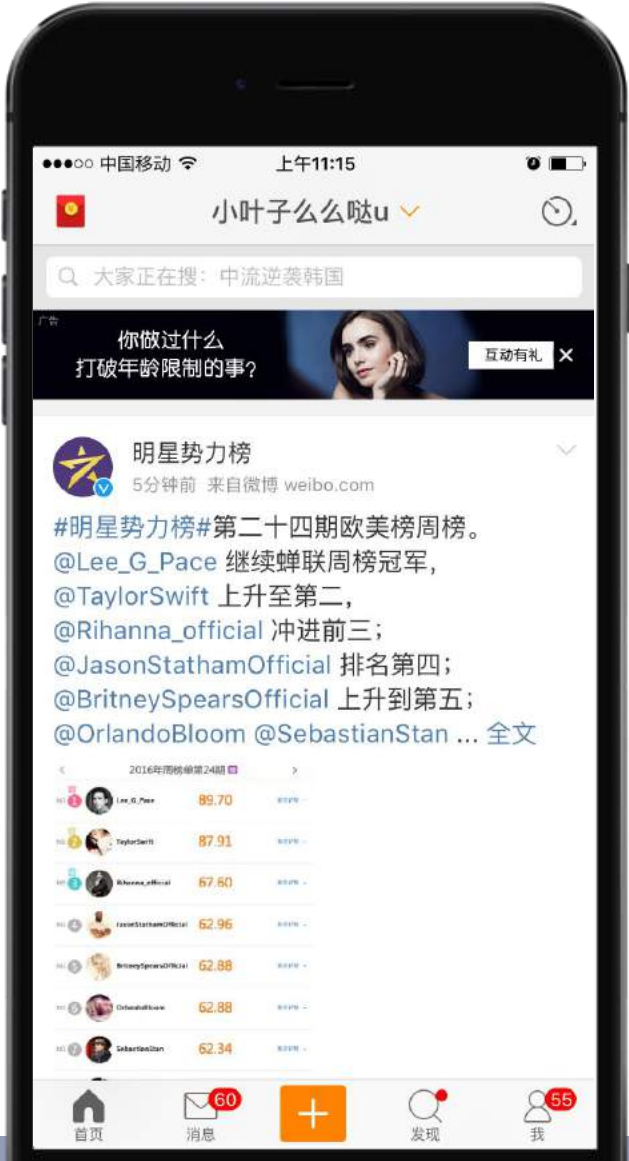
品牌速递互动对比-视频card更有利于用户互动的触发

#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

发现页实时热搜榜

热搜榜页榜单

#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



年轻化，关注明星娱乐的女性为主，广东、江苏用户偏多

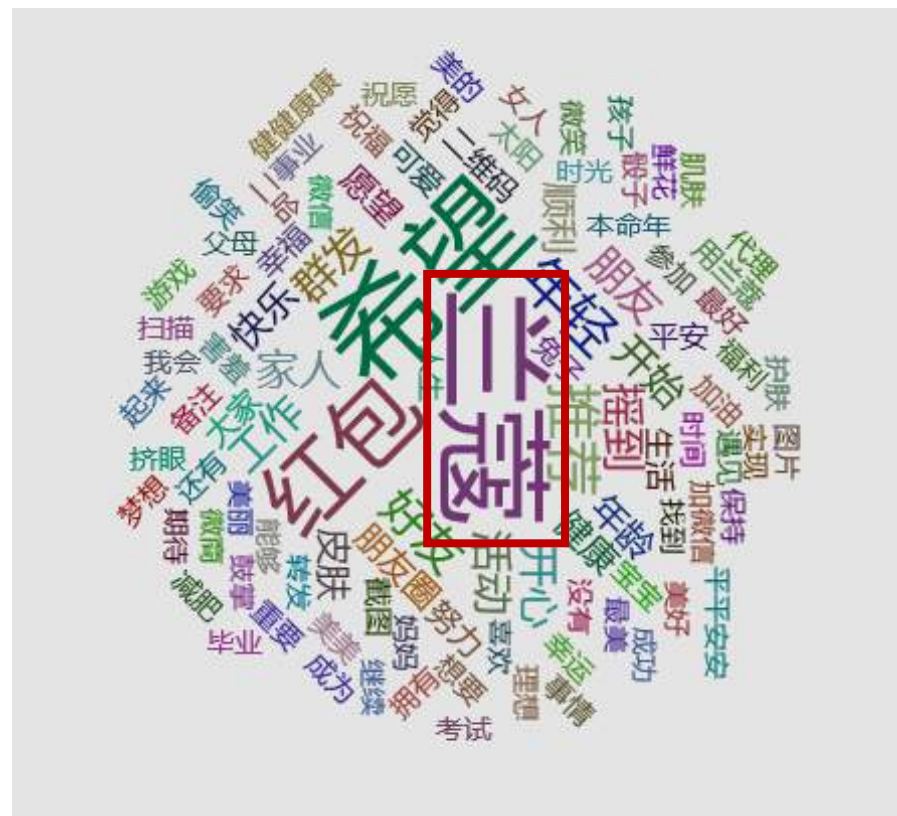
#今年你几岁#互动用户兴趣



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



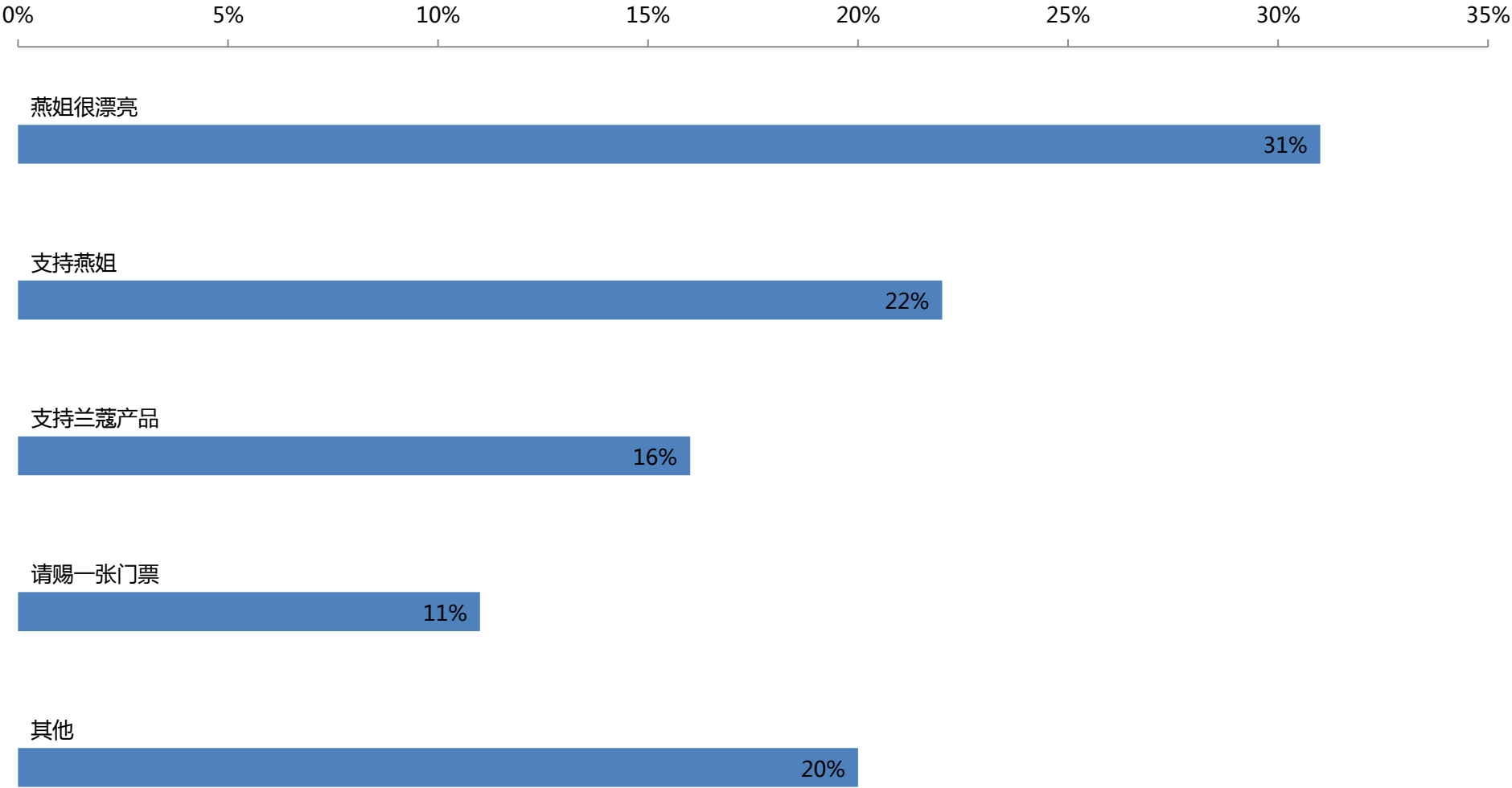
文案：预告兰蔻线下演讲事件，以互动福利拉动网友参与话题讨论



配图：官方明星海报，表态品牌态度

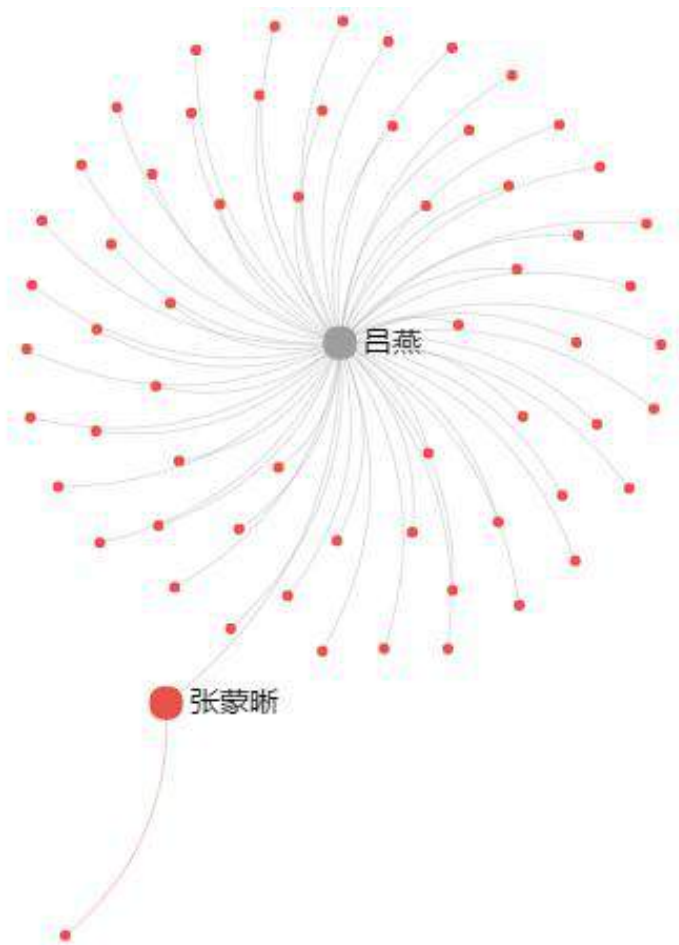


吕燕博文网友评论聚合



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		363998			
第 1 层	49	98.00%	363566	 张蒙晰 转发：1	 NIKKI... 转发：0	 Comme... 转发：0
				 徐力智Ke... 转发：0	 天羽部落 转发：0	 ShowS... 转发：0
				 昆明休闲娱... 转发：0	 蓝扣子囡囡 转发：0	 芯腹音符 转发：0
				 monic... 转发：0	 DJNIK... 转发：0	 大宝锅男巧 转发：0
				 世上哪里都... 转发：0	 Elena... 转发：0	 Lili环... 转发：0
第 2 层	1	2.00%	432	 捷足先登李... 转发：0		

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

廖佳琪Leo：昨天听了你的故事 让我走心 每句话都是在鼓励 我想每个人都应该有潜能努力并朝着梦想的方向走，提醒自己加油

jessie玖玖壹柒★：昨晚的分享会特别像一出电影 每人讲着属于自己不同的故事 就连间隙的配乐都那么动听合衬

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

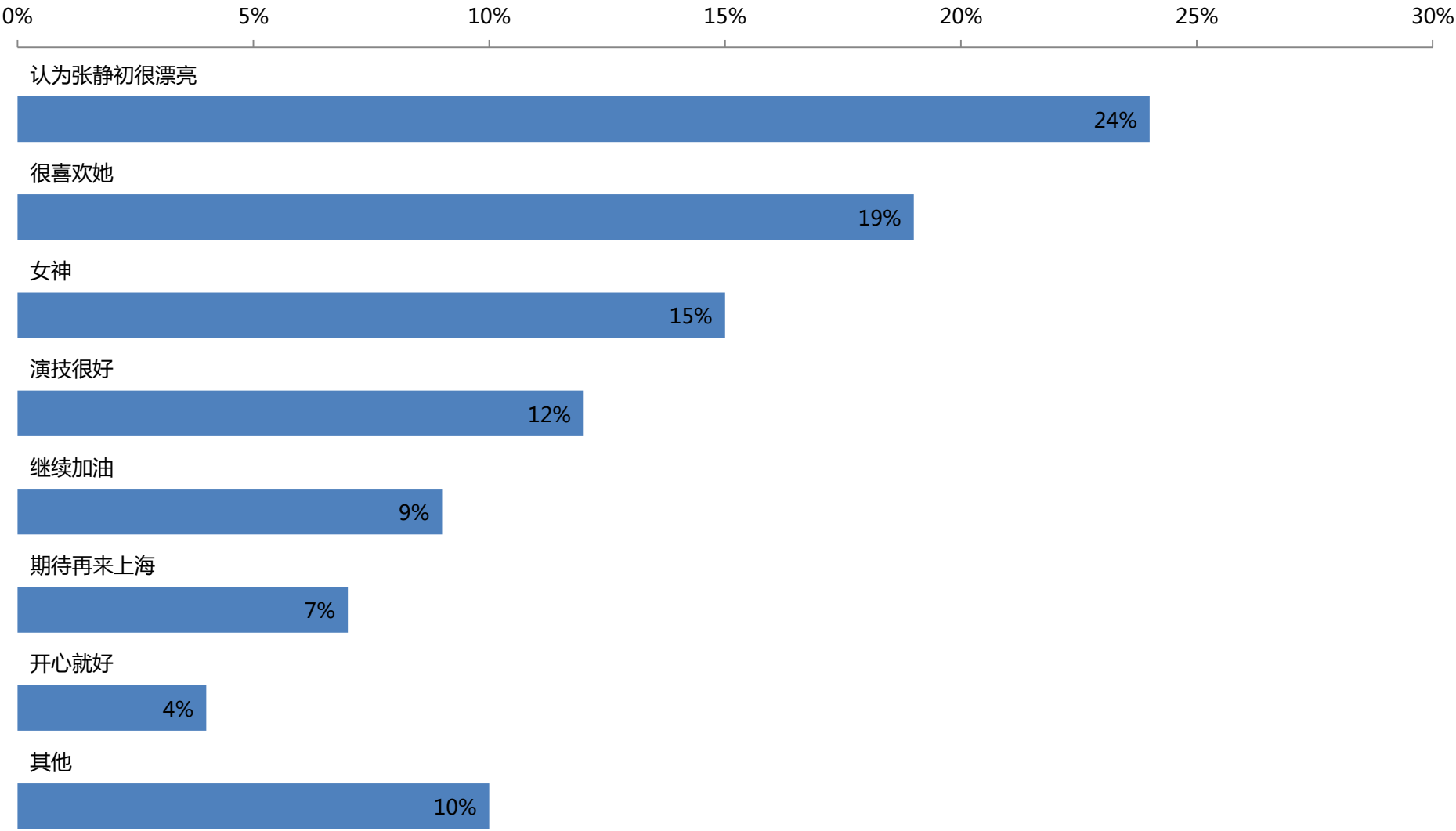
包大人来了哩V财：越来越有女人味。爱你😘😘
2016-12-20 12:40

张路遥zly：美到炸
2016-12-20 17:52

张静初粉丝聚众表白

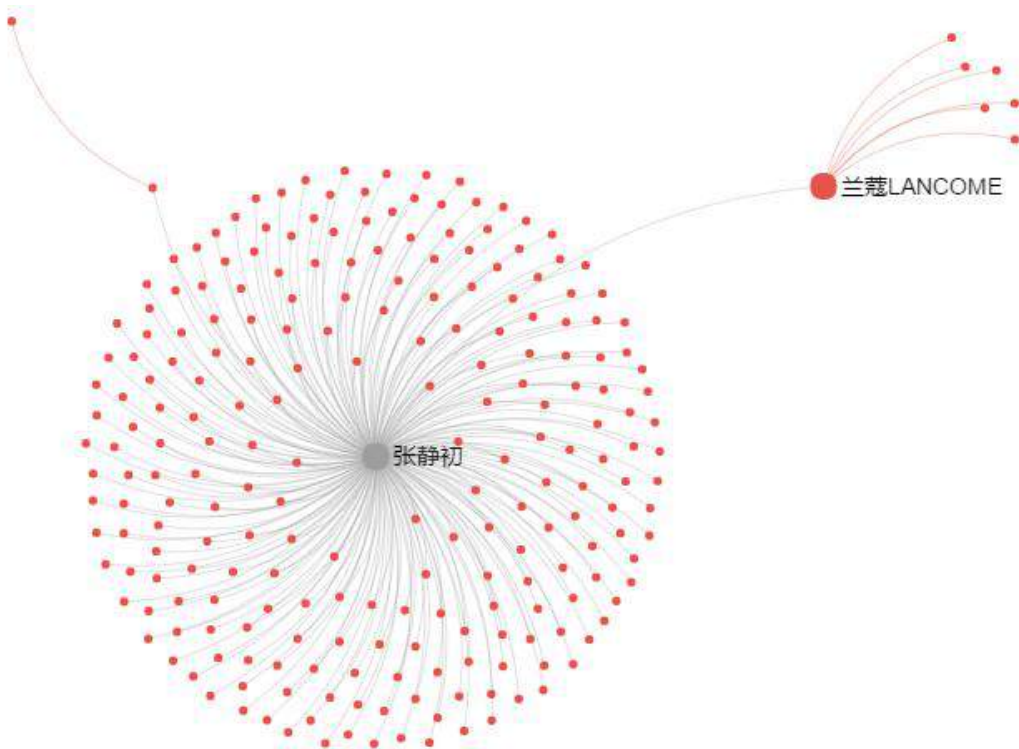
Quinyin：希望优秀的演员能有更多好作品，张静初颜值和演技都很在线，加油。
2016-12-27 09:50

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TOP15		
第 1 层	210	97.67%	1390856			
				兰蔻LANCOME	凌渡摄影	青岛城事
				转发：4	转发：1	转发：0
				李檬	怪癖微博	涵涵yan...
				转发：0	转发：0	转发：0
				薇薇__...	Cindy...	988陈蓝
				转发：0	转发：0	转发：0
				小森老师	LiQia...	白白的狗黑...
				转发：0	转发：0	转发：0
				无尽的卫生...	张静初吧官...	心已沧海、
				转发：0	转发：0	转发：0
第 2 层	5	2.33%	4054			
				荷糖悦悦	柠小檬An...	Super...
				转发：0	转发：0	转发：0
				酒中的白玫...	十指紧扣C...	
				转发：0	转发：0	

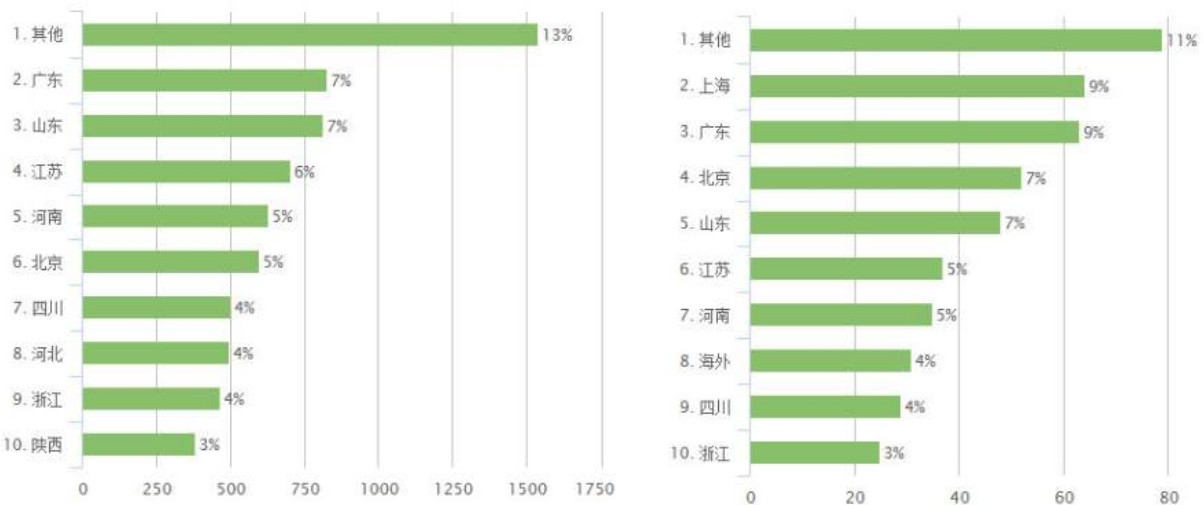
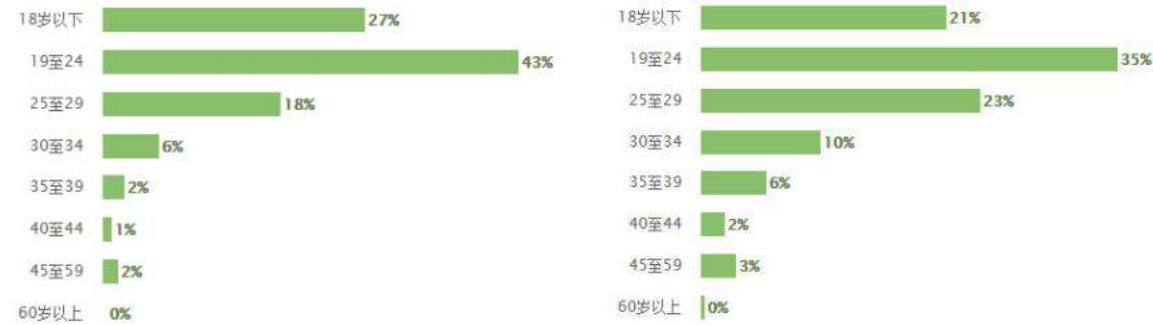
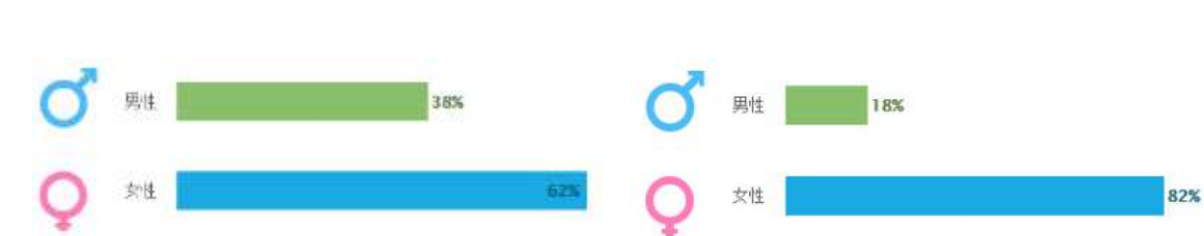
吕燕博文传播网友提及词汇

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



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



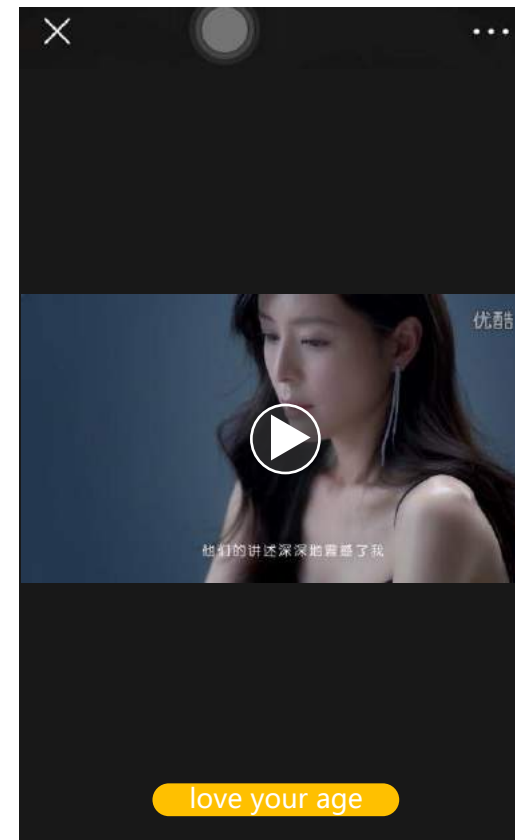
项目优化建议-视频资产声量效果最大化

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

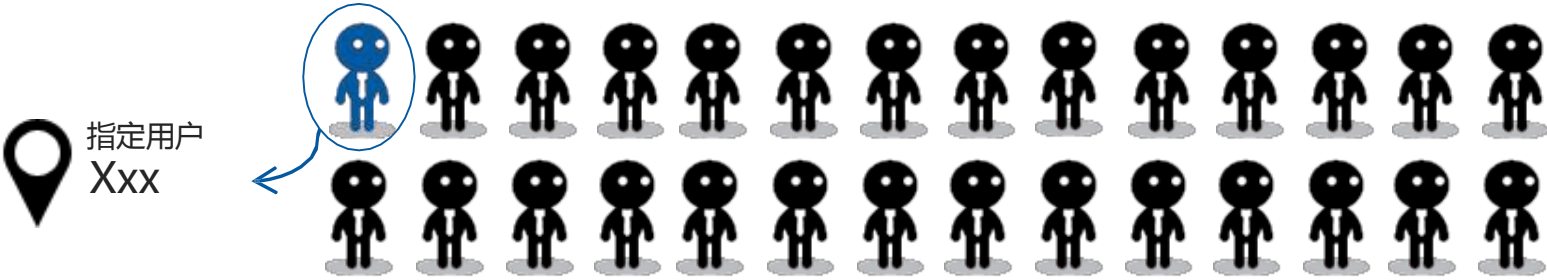
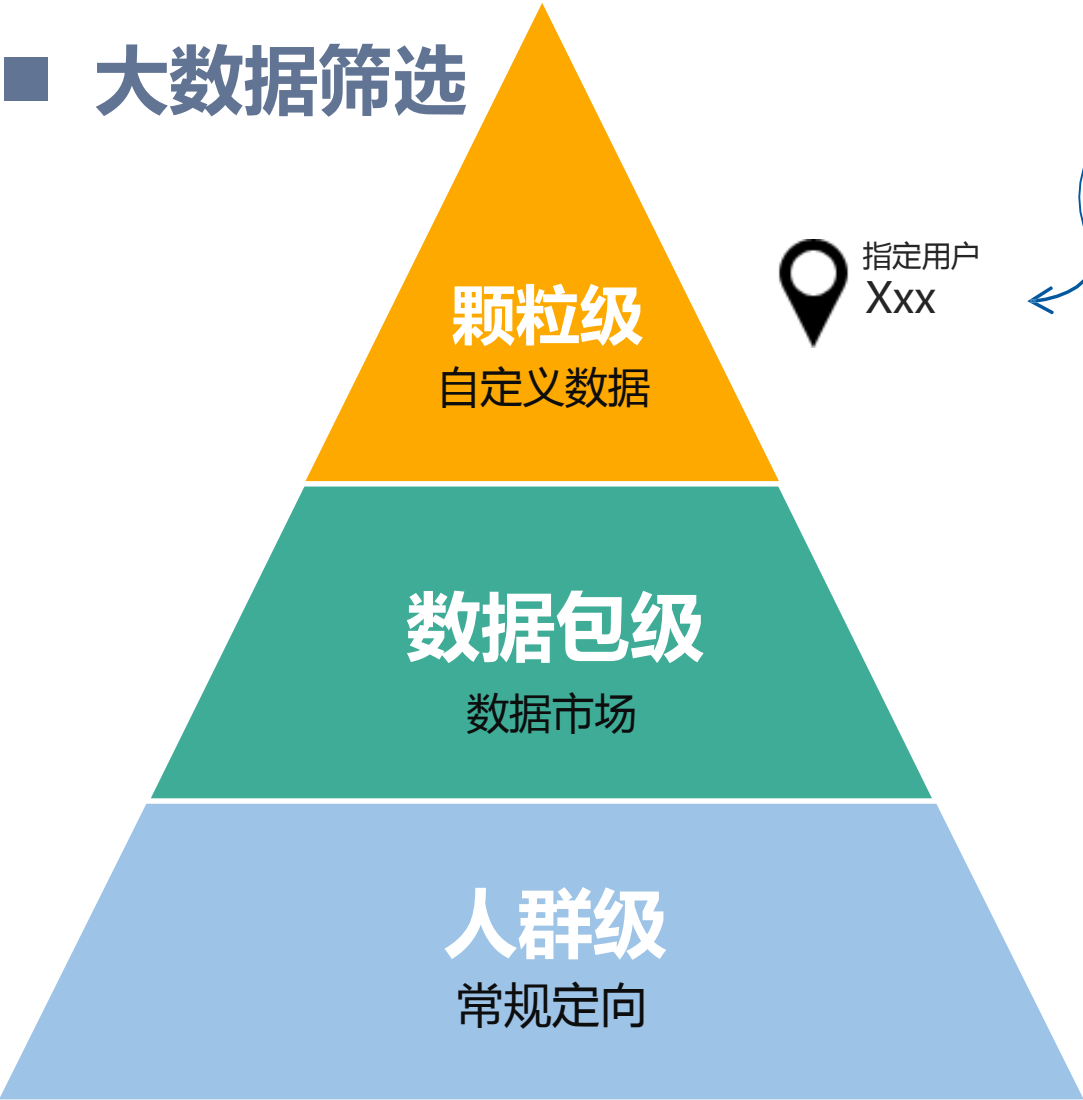


完整视频



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^{👁️}