



innisfree

妈妈的“格林童话”

—— 孕期护肤产品开发方案

(格林童话团队 : 王颖娴 钱逸岚 方泽强)



目录

一、总体分析

- ◆ 环境分析
- ◆ 市场分析

二、市场调研

- ◆ 调查问卷设计
- ◆ 市场调研行动
- ◆ 调研结果

三、产品开发

- ◆ 产品材料
- ◆ 产品功效
- ◆ 产品结构

四、营销方案

- ◆ 济州之声
- ◆ 福袋
- ◆ 护肤品厨房



一、环境分析



- ◆ 全面二胎政策——>生育高峰
- ◆ 母婴家庭人群规模扩大
- ◆ 为孕妇护肤品产品的研发推广提供良好政策环境



- ◆ 经济水平提高
- ◆ 拉动母婴行业高速增长



- ◆ 孕产期专业肌肤护理知识的普及
- ◆ 孕妇护肤品市场需求的提升



二、市场分析

1

目标市场

- 移动消费时代，护肤观念新潮
- 80、90后群体进入适龄婚育阶段
- 孕妇护肤品市场需求扩大

2

消费心理

- 收入水平，家庭地位提升
- 孕产期间的爱美心理

3

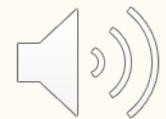
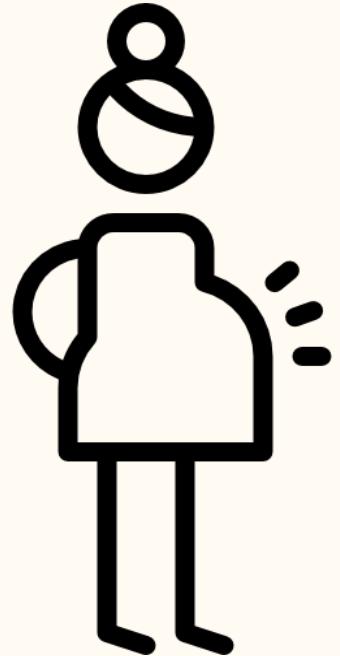
行业竞争

- 产品市场稀缺性
- 竞争者较少



情景剧

创意思法来源



用户画像

护肤品种类少

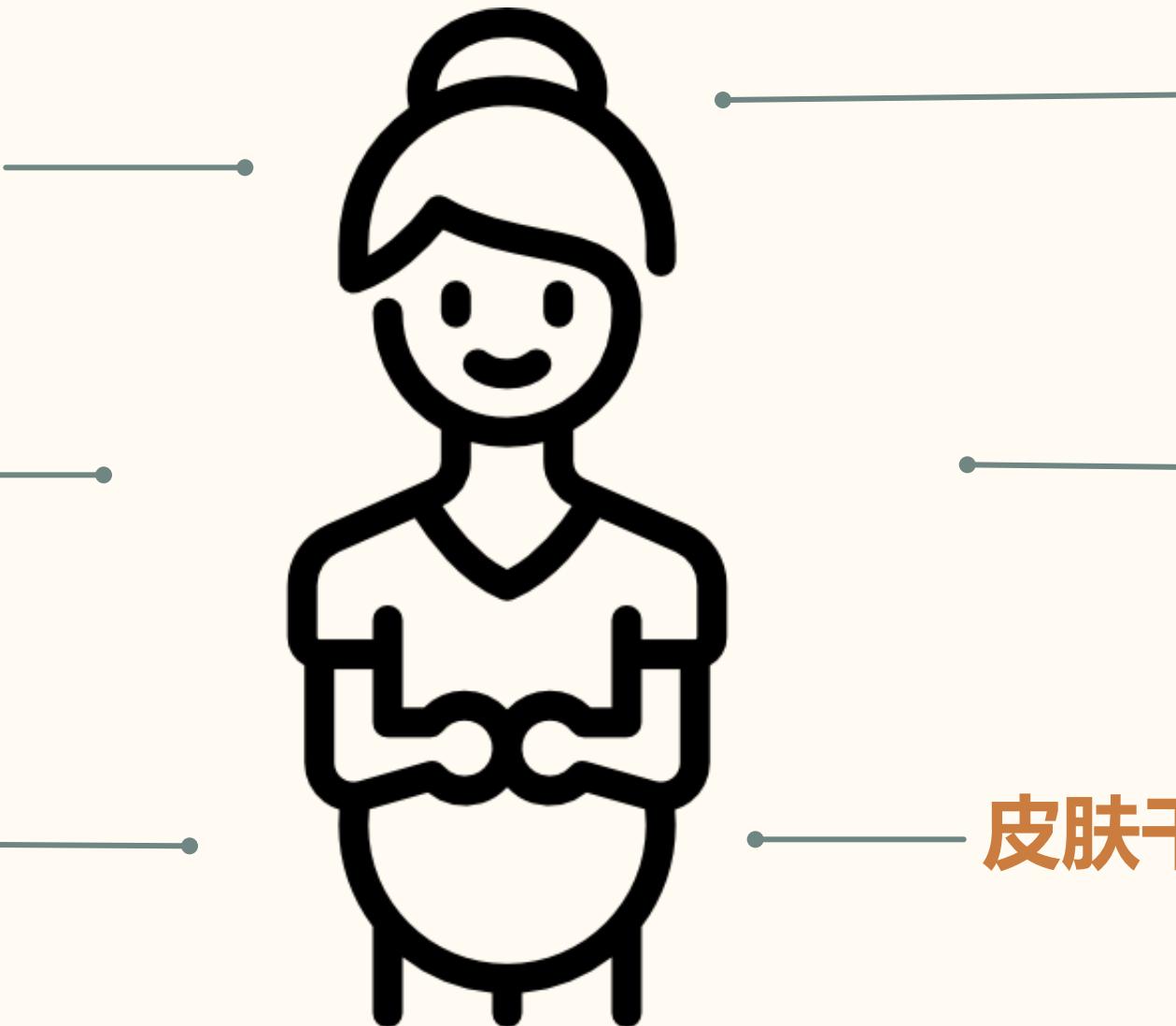
担心化妆品刺激

爱美心理

色素沉着

妊娠纹

皮肤干燥，老化



调查问卷设计

“

2页问卷

13个问题

36份被回收

”

【双面打印】【正式版】调查问卷.doc [兼容模式] 在文档中搜索

设计 布局 引用 邮件 审阅 视图 开发工具 Acrobat

innisfree

孕期护肤产品市场调研问卷

本问卷共 13 个问题，完成所需时间预计 4 分钟

1. 小主今年芳龄几何？
 20~25 26~30 31~35 >=35

2. 小主月入（）？
 <=3000 3000~4000 4000~6000 >=6000

3. 您在孕期是否愿意使用护肤品？
 非常愿意 较愿意 无所谓 不愿意

4. 您认为市面上针对女性孕期护肤的品牌多吗？
 非常多 较多 较少 几乎没有

5. （可多选）您对于孕期护肤品的选择上最关注产品的（）？
 天然绿色 健康安全 品牌知名 经济实用 包装精美

6. 如果选择孕期护肤品，主要包含（）成分您最放心呢？
 小麦 大豆 山茶 柑橘 樱桃 其他

7. （至多选取两个）对于孕期护肤，你更关注产品的（）功效。
 补水保湿 修复 清洁 抗衰老 防色斑 滋养

8. 以下哪个是您能接受的孕期护肤品价格区间呢？
 100~300 300~500 >=500

9. 您了解“吃肤同源”这个概念吗？
*吃肤同源：例如小麦既可以当作食品，也可以外用护肤。
 之前已了解 现在才了解 仍然不了解

10. 如果您在孕期时有烦躁心理是否愿意通过听纯音乐来放松心情？
 非常愿意 较愿意 不太愿意

11. （可多选）如果您听的是纯音乐，曲中包含的哪种声音元素更能舒缓情绪。
 瀑布 鸟鸣 海声 铃铛 其他

12. （可多选）如购买孕期护肤系列，以下几种附赠礼品中你最中意（）？
 同类小样 婴儿用品 代金券 其他

13. 是否了解悦诗风吟，如果悦诗风吟出了孕期护肤是否愿意尝试？
1)
 非常了解 较为了解 有听说过 不了解
2)
 非常愿意 愿意 不愿意

感谢小主在百忙之中填写问卷！

590 个字 中文(中国)

四、市场调研



为了解市场动向,分析产品的可行性,
格林童话团队前往**泰康仙林鼓楼医院**,开展了孕期护肤产品的市场调研。



我们走进医院**妇产科**进行问卷调查工作,搜集人群对于**孕期护肤品**的看法,探究**小麦胚芽系列护肤品**的市场需求。



通过**问卷调查与现场采访**相结合的形式,对现场**36位孕期准妈妈**进行调研,整理**分析数据**,总结此次市场调研结果。



四、 市场调研



候诊大厅的一位孕期女士

她认为市场护肤品种过于稀少
应对不了市场需求



妇产科门口采访的一位女士

有孕期护肤的习惯，
非常愿意尝试悦诗风吟的孕
期护肤品

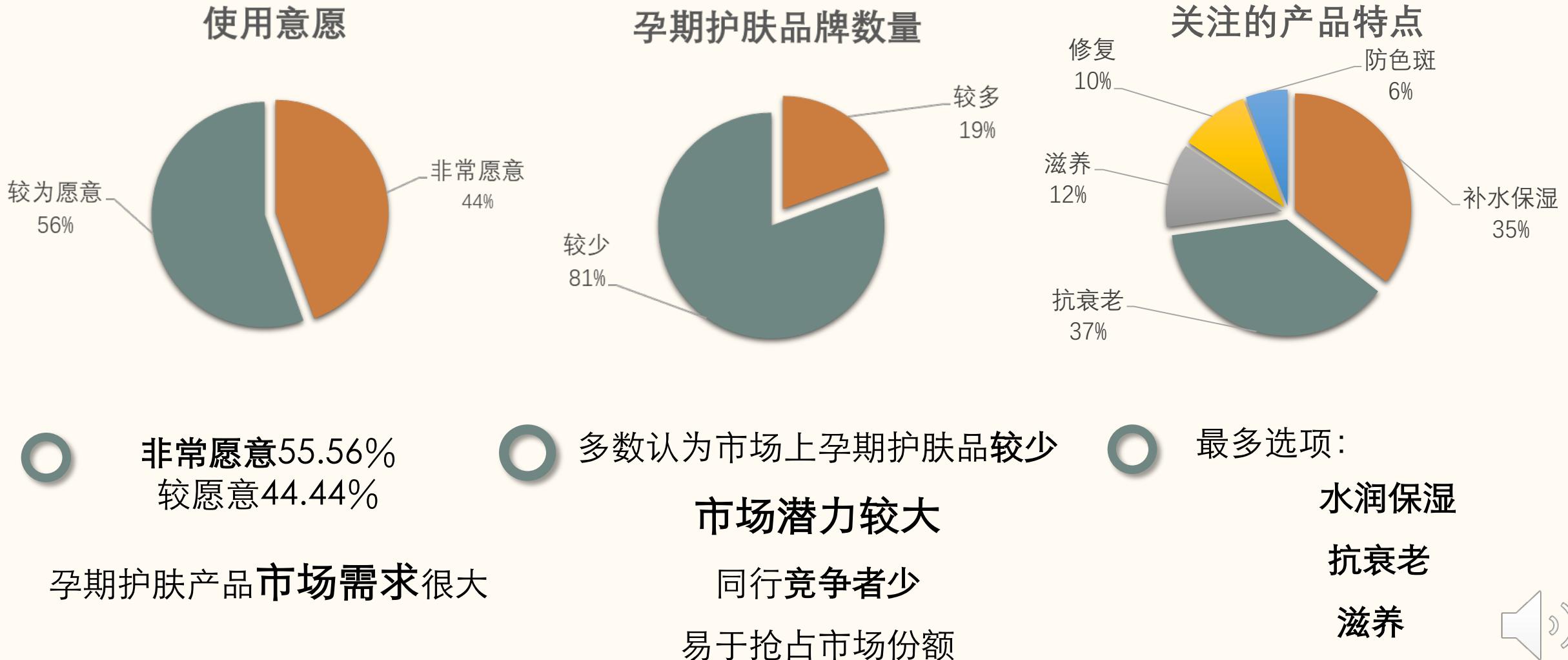


问询处的护士准妈妈

乐意并认同使用小麦为原料

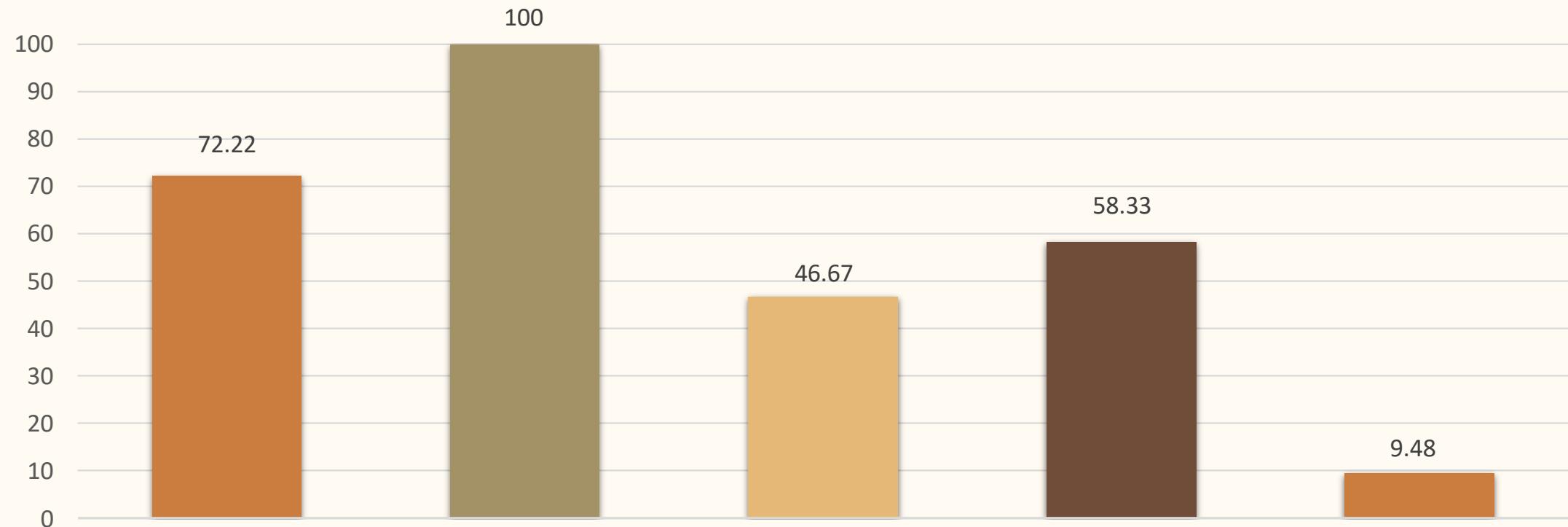


五、调研结果



五、调研结果

孕期护肤品最关注产品的特点



○ 消费者心理倾向——健康安全
健康安全最重要
小麦胚芽为原料， 吃服同源为创意

○ 消费者心理倾向——天然绿色
注重天然绿色
原料源头：天然价值，符合品牌理念。

五、调研结果

- 几乎所有人对“**吃服同源**”这一护肤品的理念

不了解

说明该理念的新颖性，并且容易为人了解与接受

- 但是在我们将这一理念用小麦胚芽的功效具体阐释之后，

大多数女士可以轻松地 **了解并接受** 这一理念。

- 多数人 **非常愿意** 尝试通过纯音乐来舒缓情绪放松心情

绝大多数准妈妈都选择了海声；其次是鸟鸣与瀑布



六、创意理念

- 调研说明 “**吃服同源**” 理念具有新颖性且容易被大众接受
- 将 “**吃服同源**” 作为小麦胚芽孕妇系列产品的概念，主打天然绿色与健康安全
 - 体现品牌的理念——“绿色健康”



七、产品材料



价值构成

富含**维生素E**、亚油酸、甘八碳醇等生理活性成分
促进肌肤新陈代谢，加强皮肤保湿

高纯度维生素E

植物油之冠——营养保健作用
易吸收、活性最强

提炼小麦胚芽油

采用出芽**不超过一周**的小麦胚芽
低温萃取**高活性、高纯度**小麦胚芽油
确保原料的天然、安全、无污染



八、产品功效



- 1 保湿
对干燥、缺水、老化、皱纹肌肤极有帮助
- 2 抗衰老
抗自由基，促进皮肤新陈代谢，延缓衰老
- 3 防晒
保护皮肤免受紫外线和污染的伤害
- 4 营养
营养发根毛囊，避免脱落开叉
- 5 防色斑
防止色斑、黑斑、色素沉着
- 6 孕期养护
抗不妊症、防止早产



九、产品线设计

洗面奶

精华

滋润脚膜



面霜

润唇膏



九、产品结构——基础护理



小麦胚芽水润温和洗面奶



小麦胚芽保湿温和面霜

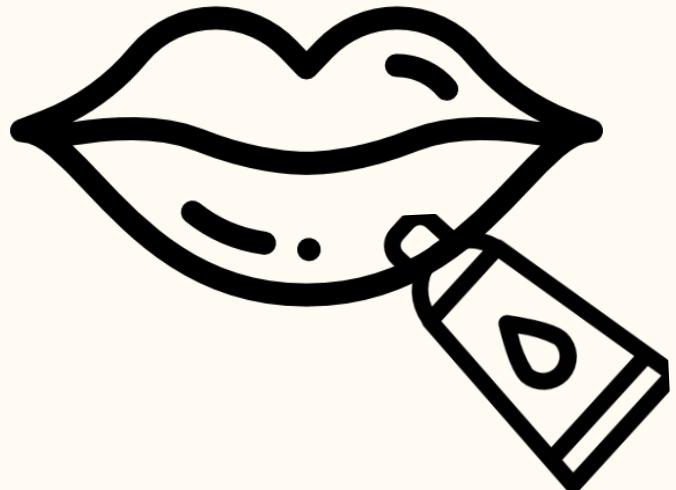


小麦胚芽滋润保湿精华

- 洁净保湿，**天然**安全
- 水润温和，清透细腻
- 改善受损肌肤，舒缓**妊娠纹**

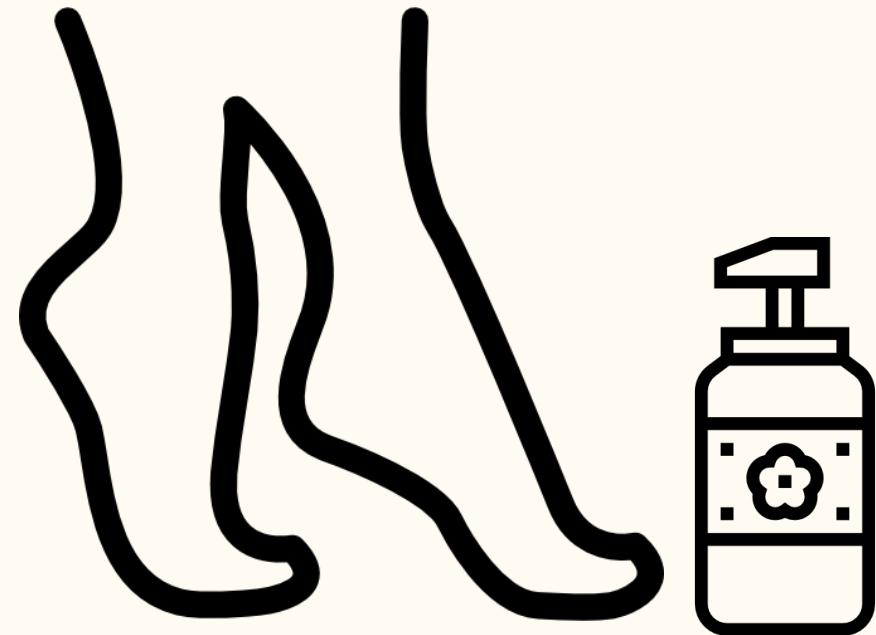


九、产品结构——特殊护理



小麦胚芽温和保湿润唇膏

- 细腻润唇，可食用无味，天然安全



小麦胚芽滋润脚膜

- 足部 quick spa
- 防止脚部皮肤干燥，滋润脚部肌肤



十、产品营销——“济州之声”

调研：绝大多数准妈妈选择了海声，其次是鸟鸣与瀑布



启发：利用济州岛的自然生态，采集更多自然声源
将绿色自然的产品理念贯穿在产品价值链的过程中



实施：在产品外包装上添加一个二维码
扫描后聆听胎教音乐与自然之声
可去除孕期**焦躁**等负面情绪



济州之声



十、产品营销——福袋

在孕期护肤产品中附上一个福袋
包含婴幼儿产品如口水巾，脚套，帽子等



随机选择一件装入福袋中



盲盒效应

利用不确定性因素增加产品的神秘感



十、产品营销——福袋

赠送
产品

- (1) **婴幼儿产品**：如口水巾，肚兜，脚套,帽子，玩偶
- (2) **护肤品小样**：主要小瓶洗面奶，面霜与精华油等
- (3) 代金券：如满100元送10元

实际
销售

让顾客在婴幼儿产品与小样间选择
也可将二者结合既提供婴幼儿产品也提供小样

调研
分析



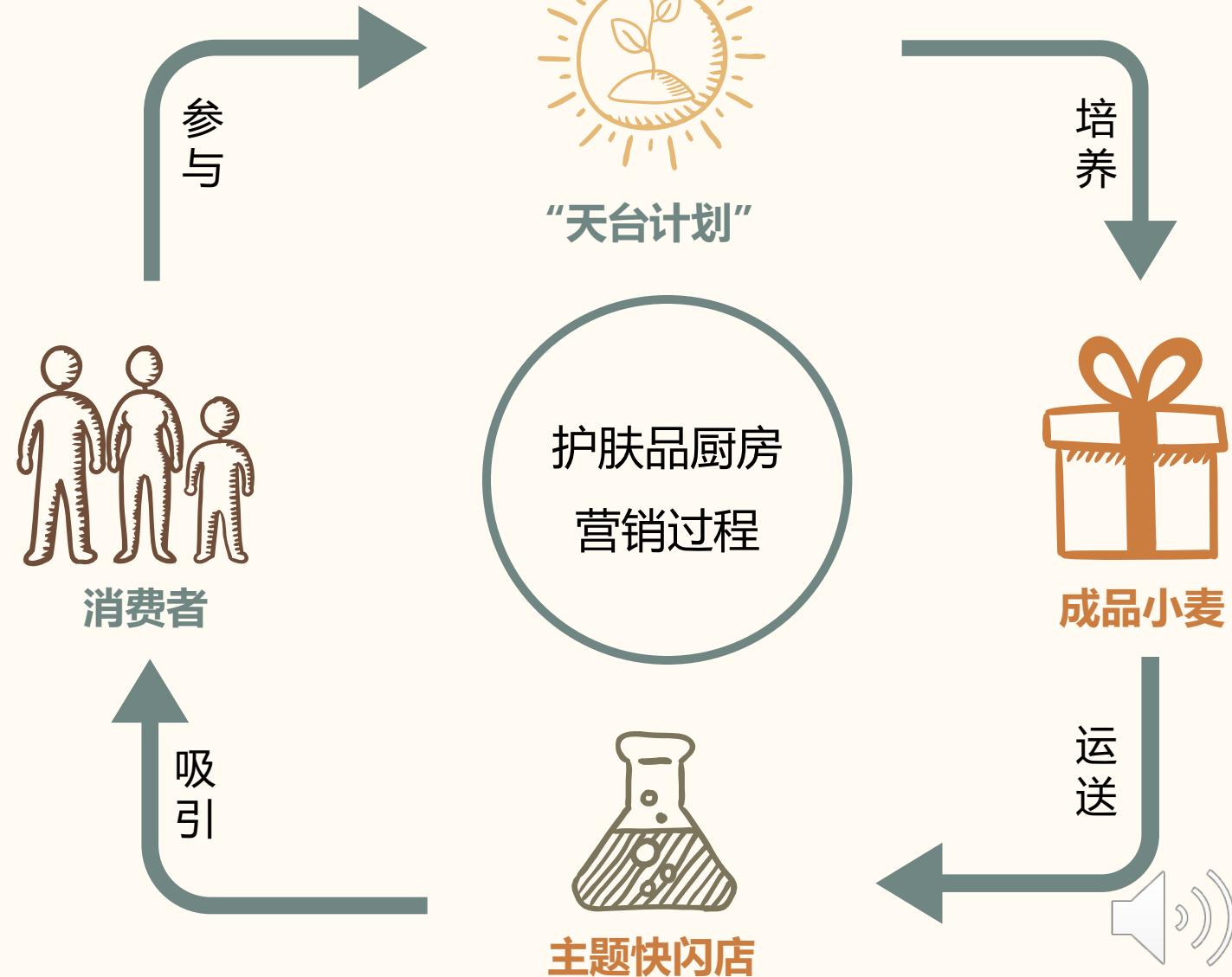
十、产品营销——护肤品厨房

“天台计划”——无土栽培小麦活动

- 商场天台->建立**小型温室**
- 店内摆放活动**宣传海报**
- 通过摄像头转播观看小麦的成长，也可到天台**参与小麦的培育**

“护肤品小厨房”主题快闪店

- 可到**快闪店**“护肤品厨房”亲自参与简易护肤品制作
- 周边主题产品 如小麦图案眼罩，发带



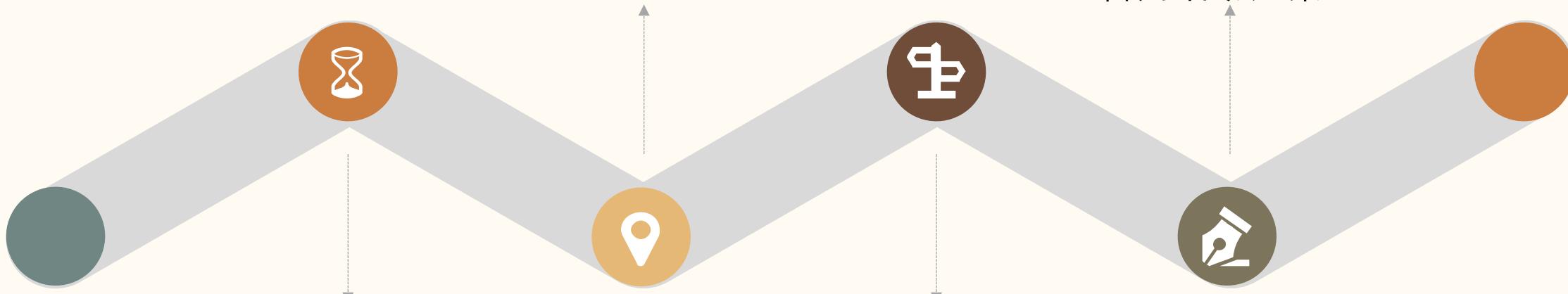
十、产品营销——护肤品厨房

活动地点

南京，常州，苏州，无锡
等城市各大绿地公园

活动要求

- 活动规则简单易懂
- 装潢精致设有适合拍照的位置
- 备用活动方案



活动时间

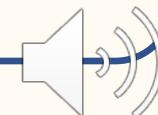
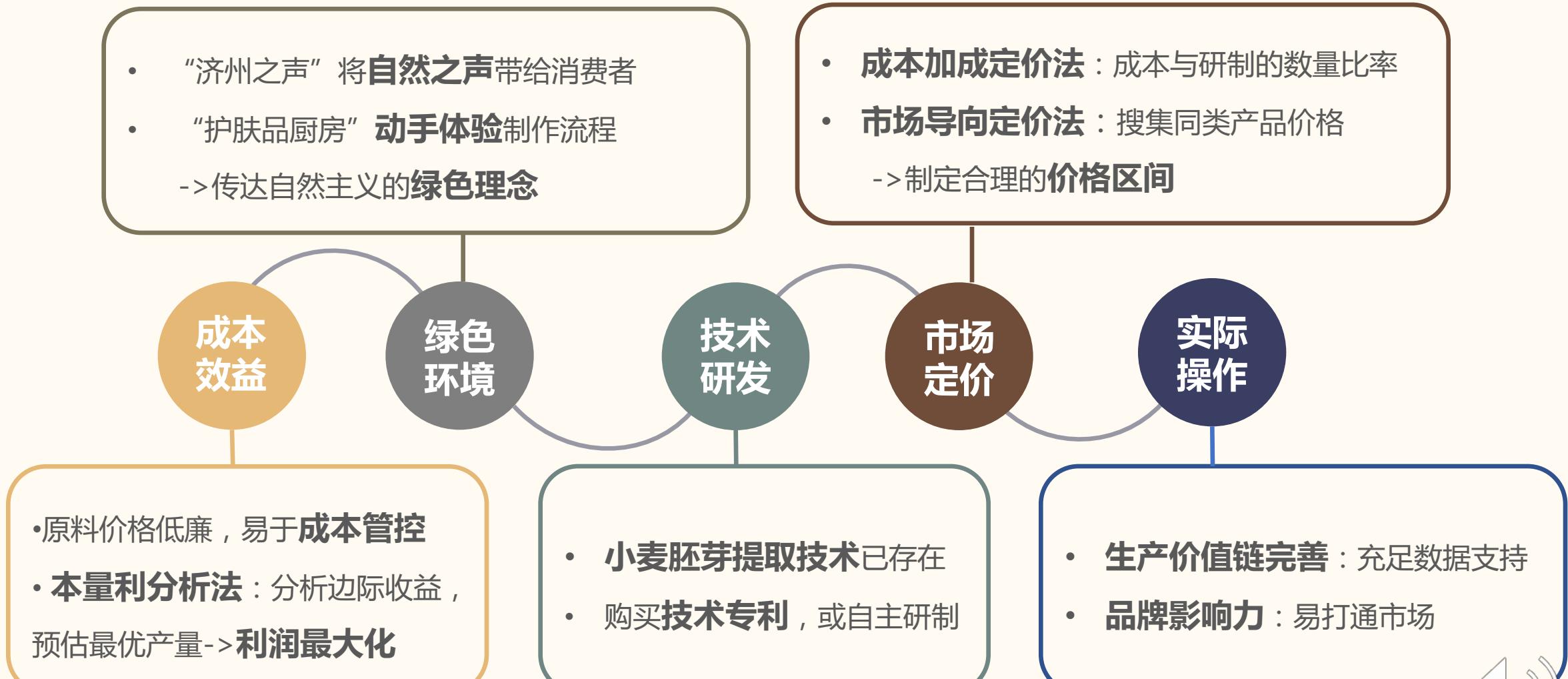
福袋活动进行的中期
快闪店营业时间两周

活动推广

在社交媒体网站上进行线上活动预热
活动前期邀请如小红书等社交平台的vlogger



十二、产品远景



谢谢观看

innisfree

