

Annual Social Strategy Creative Proposal





○ 内容

维持品牌兰芝年轻、高端、高功效的品牌形象。

○ 互动

维护品牌粉丝好感度同时提升品牌关注度。

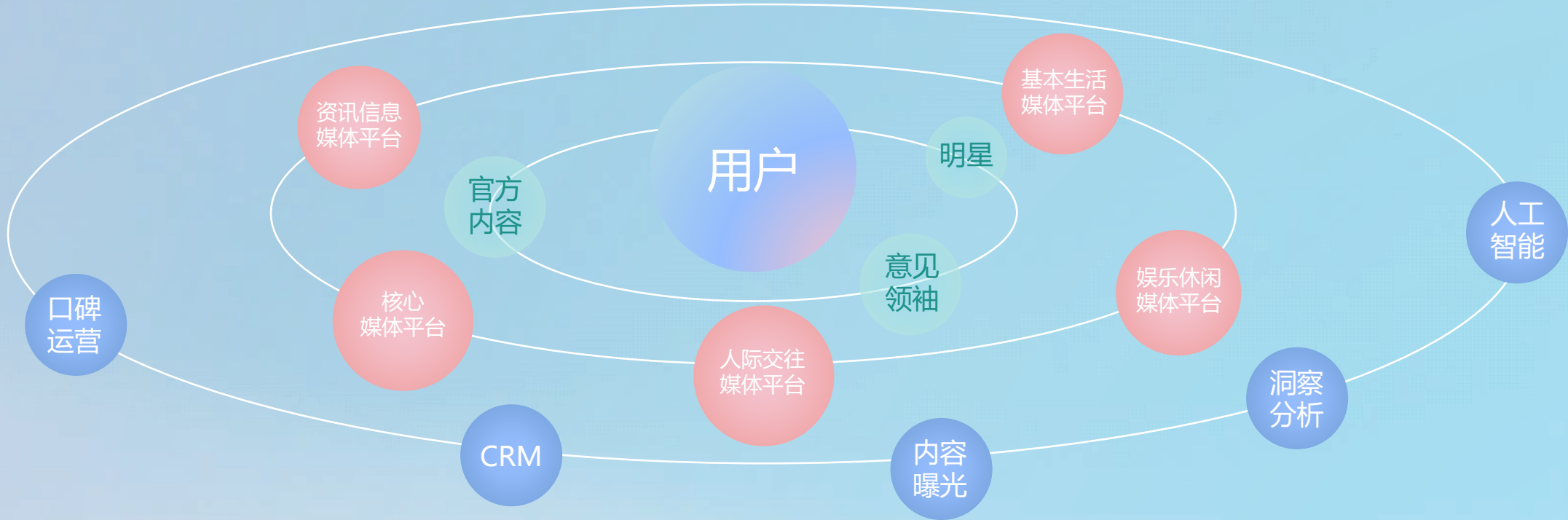
○ 流量

通过品牌日常内容及互动开展，
吸引新粉丝加入、参加活动。

形成转换

Social大环境是什么样的？





Social的核心不再只是双微，现在的social环境

复杂化

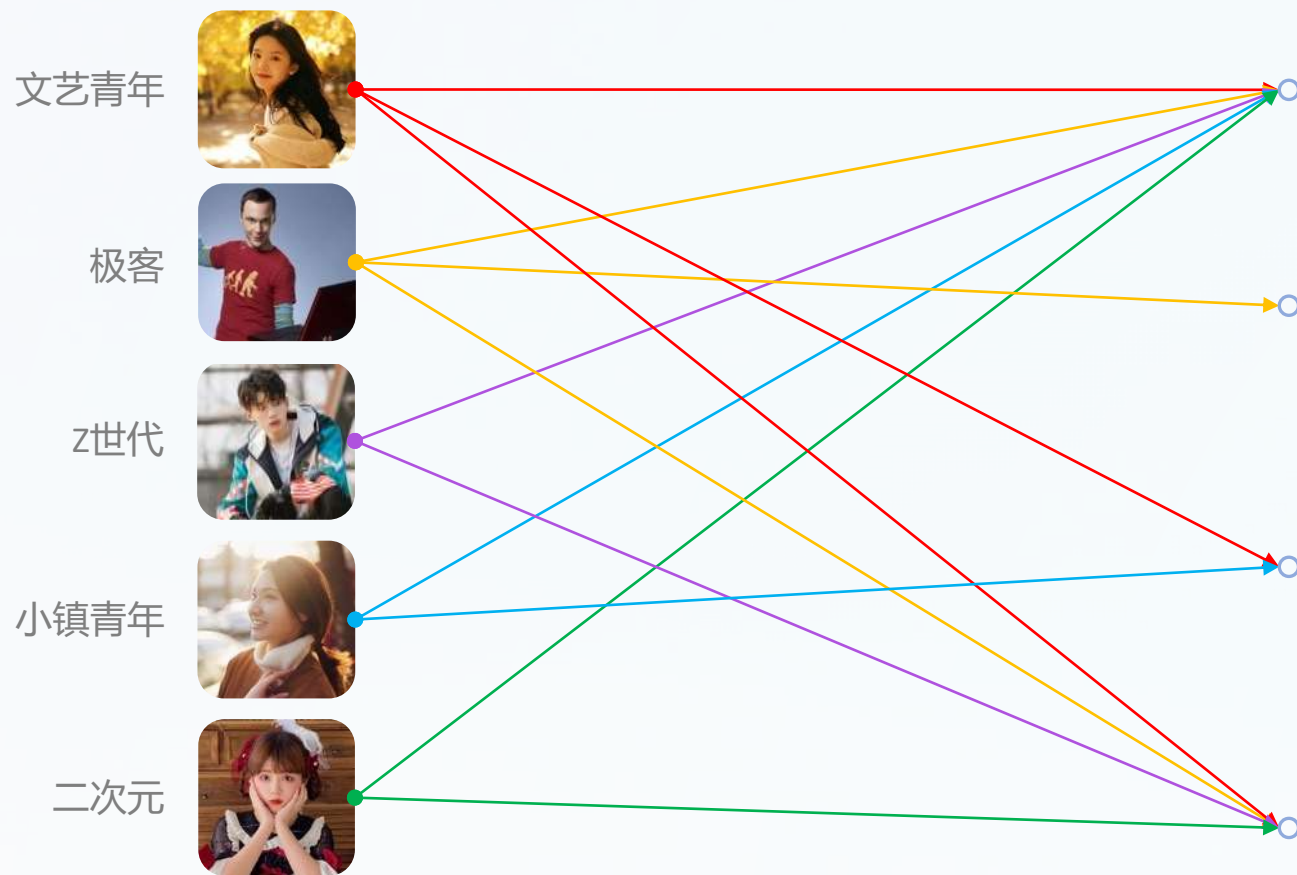
多元化

定制化

Target Audience



SOCIAL 生态



年轻TA (18-28)

无法以一概全，不同平台侧重不同TA

针对性沟通才可吸引和留住粉 丝

DATA ANALYSIS

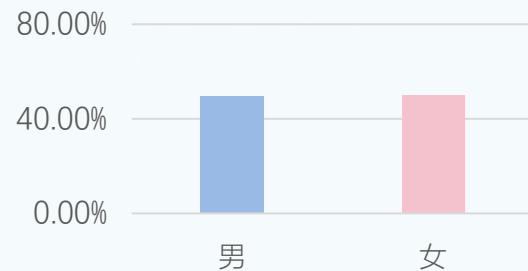
五大高流量平台与对应TA



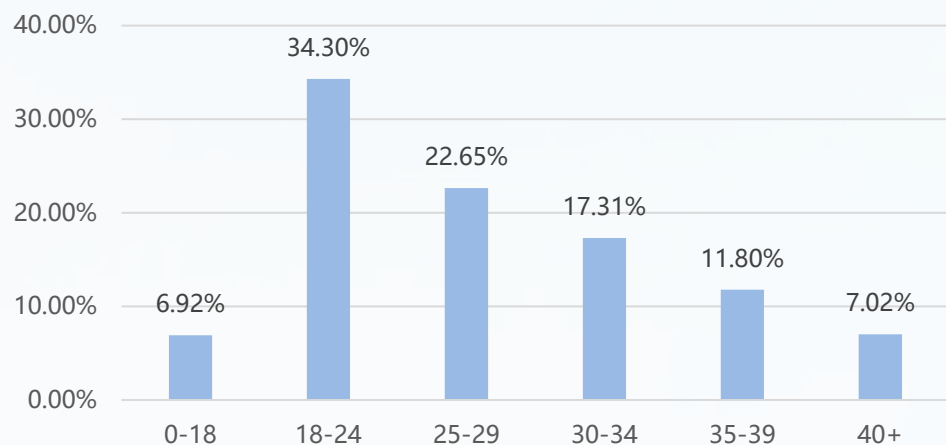
人群画像：

- **用户量：**月活用户约为**11.51亿+**；日活用户约为**7.5亿**，海量的用户几乎覆盖全国移动互联网用户；
- **性别：**因用户量巨大，性别分布较为平均；
- **年龄：**微信用户年龄主要集中于**15-40岁**；
- **微信小程序活跃高峰：**午饭前与下班后；

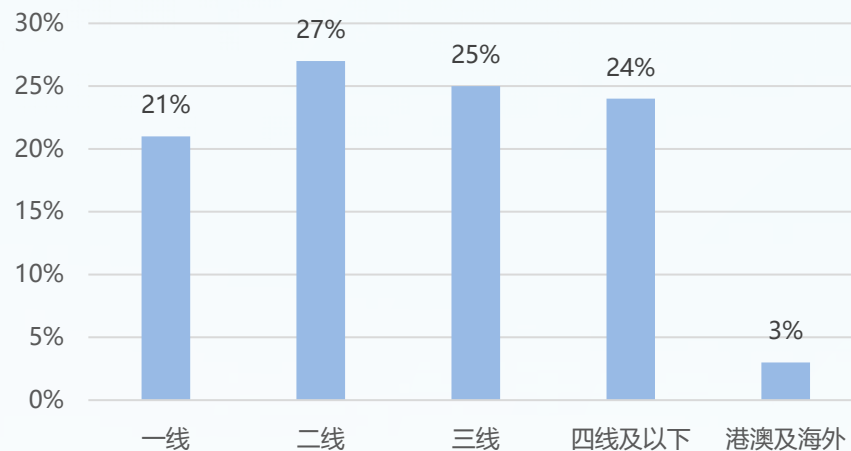
性别占比



年龄比例分布



地理比例分布



内容偏好:

- **平台公众号数据:** 2000万+公众号, 30亿+日文章PV, 海量优质公众号的存在, 带来巨大图文消息阅读量, 用户在微信端对公众号有深度阅读习惯;

热门搜索:

- 女性: 口红、网红、吃瓜
- 男性: 小姐姐、ETC、不忘初心

热门分享:

- 女性: 美食、情感
- 男性: 工作、游戏

数据来源于微信官方数据报告及Questmobile



深

封闭环境
深度的沟通与教育

精

精彩的内容
与精美的视觉

准

准确的用户定位
与话题切入

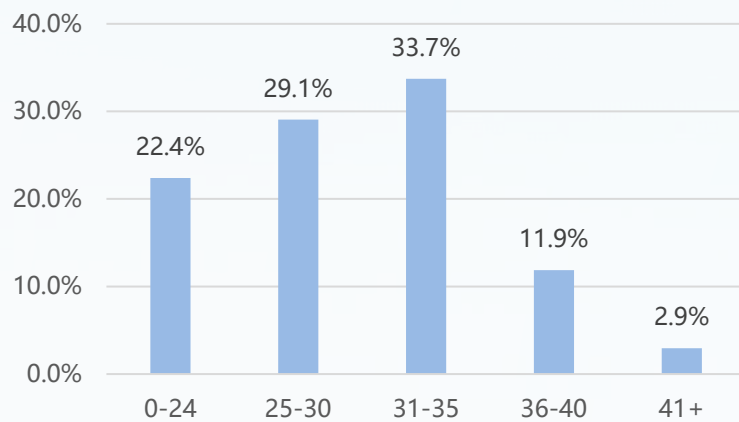


看干货、玩小程序、查积分、兑礼物.....

人群画像：

- **用户量：**总用户约为**3亿**；月活用户约为**1亿+**；
- **性别：**男女比例接近**1:9**；
- **年龄：**整体偏年轻化，大部分为**25-35岁之间**，站内70%用户为90S，50%为95S；
- **地域：****62% 一二线**城市用户；
- **活跃时间：**从8点-22点活跃度更高，晚高峰提前到20点；

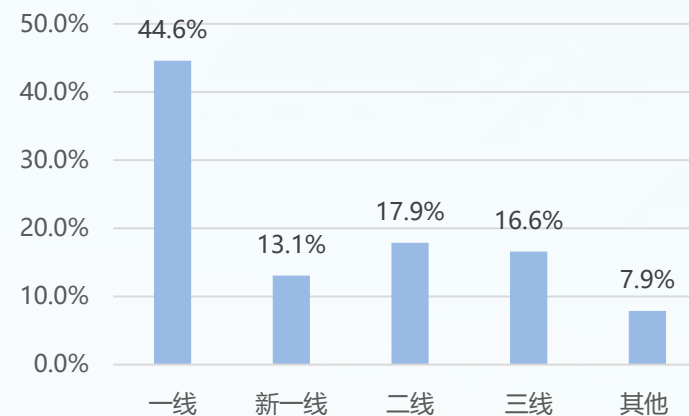
年龄比例分布



性别占比



地理比例分布

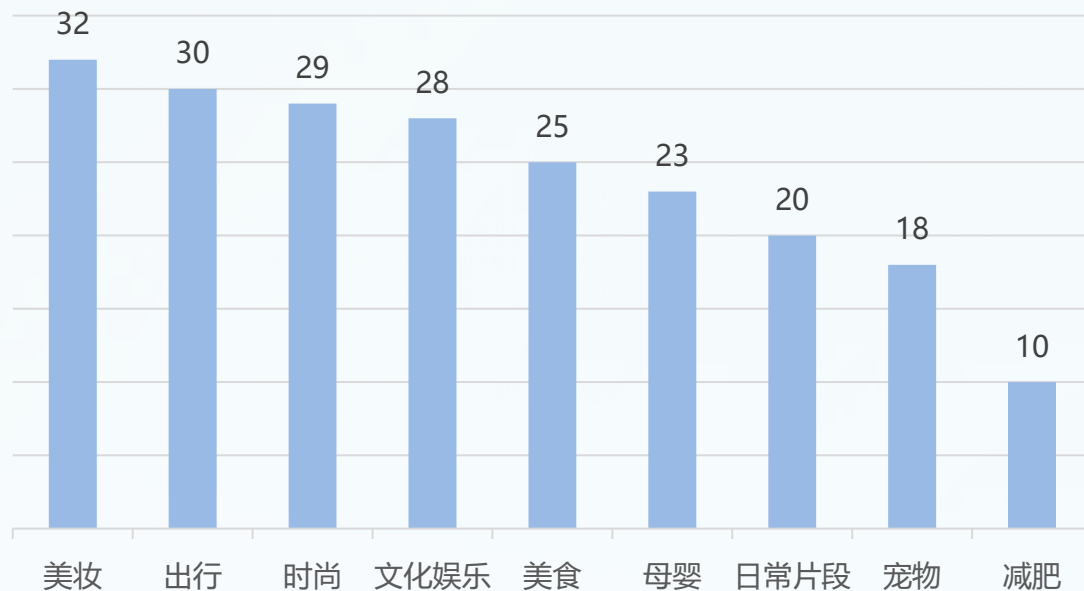


内容偏好:

- 小红书用户最爱创作的内容TOP 10中, **美妆、出行、时尚**为TOP3;

热门搜索:

- 女性: 美食、减肥、美妆、学习
- 男性: 家具布置、健身、时尚、旅行



多

品牌多样化
明星与KOL种草多

美

看脸，图美
人美、ins风

软

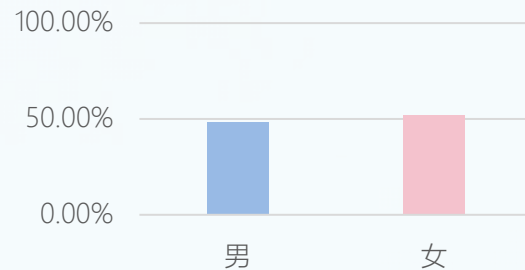
文字
软性有趣

看口碑、看测评、频种草、晒美图、追福利、学教程.....

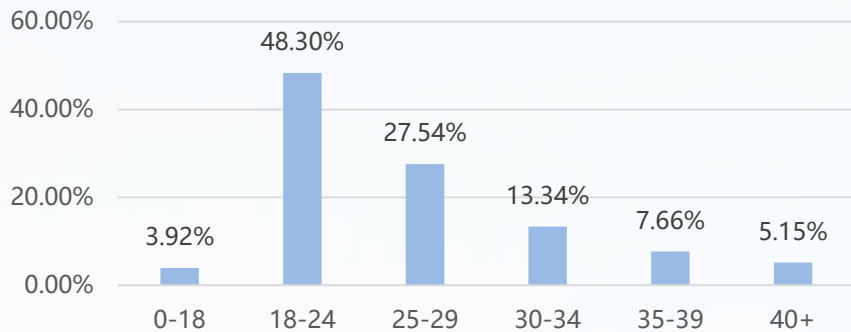
人群画像：

- **用户量：**月活用户约为**4.97亿+**；日活用户约为**2.16亿+**；
- **性别：**男女比例分布比较平均；
- **年龄：**年龄在**18-24岁较多**，占据了微博粉丝年龄分布的48.30%，年龄分布第二的则是25-29岁的用户
- **地域：** **40% 一二线**城市用户；
- **活跃时间：**午饭前与下班后；

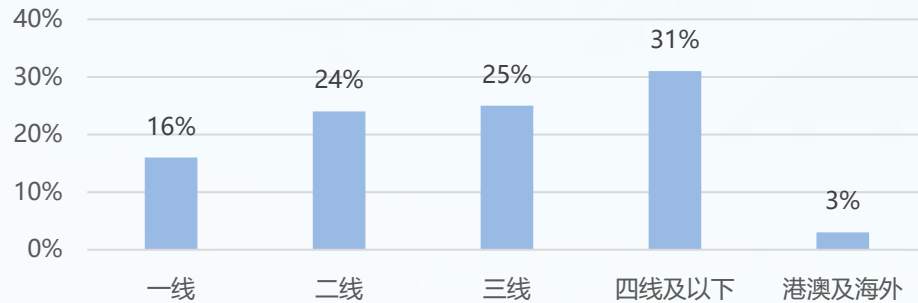
性别占比



年龄比例分布

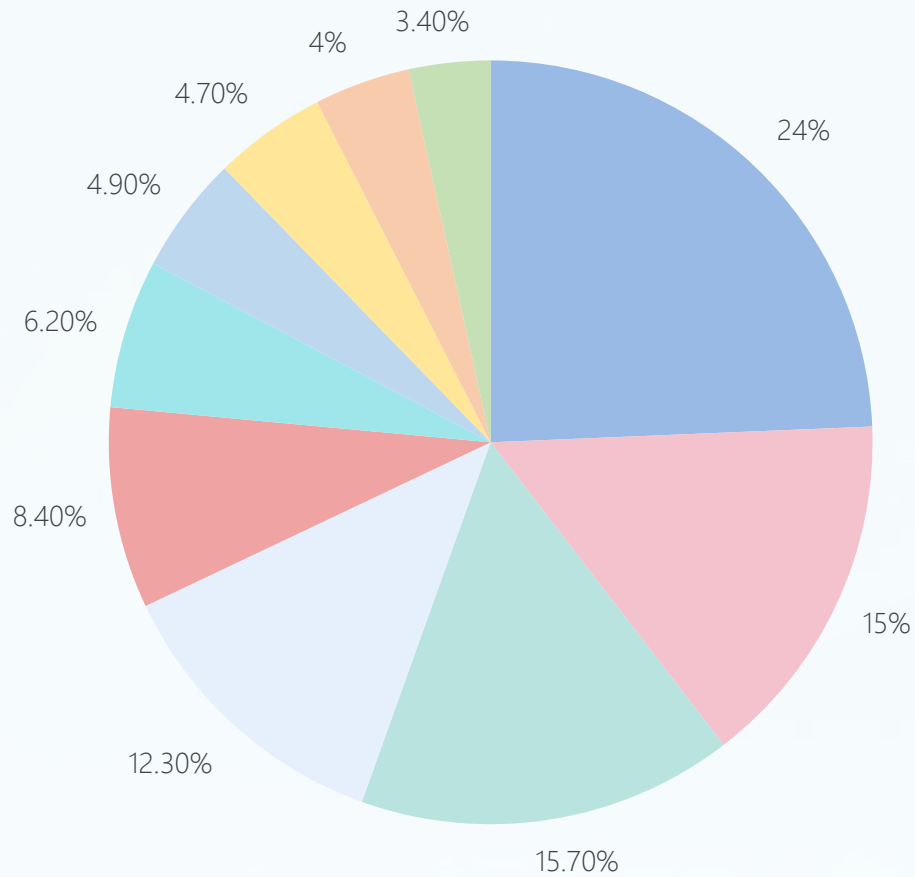


地理比例分布



内容偏好:

- 微博平台作为持续发展Social平台，内容包罗万象，各垂直领域都有稳定粉丝群体；
- 从大类来看，粉丝主要关注**TOP3** 集中于**资讯（24%）**、**影视娱乐（16.5%）** **美妆时尚（15.7%）**，且占比较高；



短

内容短
停留短

热

搜热门
看热点

快

开放环境传播快
热点变化快

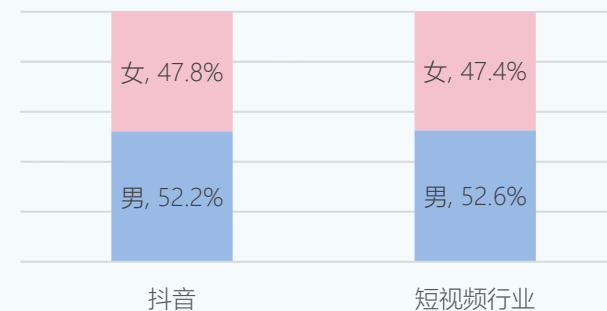


追明星、看八卦、看热搜、看新闻、应援打榜、追综艺.....

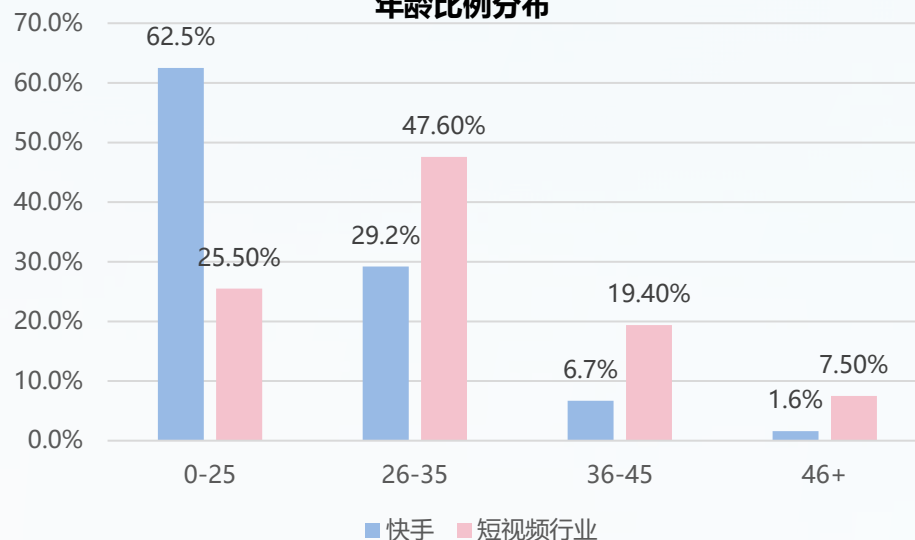
人群画像：

- **用户量：**月活用户约为**4亿**；短视频内容持续受到粉丝喜爱，对APP使用偏好高；
- **性别：**男女比例分布比较平均；
- **年龄：**整体偏年轻化，90后占比最高，即30岁以下用户偏高，线上消费能力更强；
- **地域：**三四线城市为主舞台，下沉市场渗透效果显著；
- **活跃时间：**从20 点- 22 点活跃度更高，晚高峰为20 点；

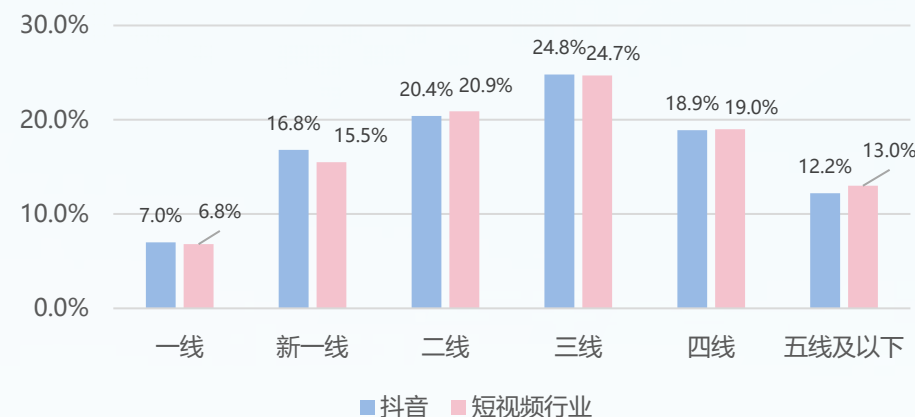
性别比例分布



年龄比例分布



地理比例分布



内容偏好:

- 抖音媒体属性强，采取单列下滑模式，更推荐**竖屏内容发布拍摄**；
- 抖音“记录生活”是用户拍摄的主要驱动力，女性拍摄展现的欲望明显强于男性，一键跟拍及美颜滤镜收到20岁用户喜爱；
- 内容推荐基于粉丝**浏览记录（90%）**及**关注偏好（10%）**进行相似或相同内容分发；

偏好视频类型:

- 演绎、生活、美食类视频播放量较高，观看情感、文化、影视类视频增长较快；
- 抖音对国内城市**点赞偏好城市前十**，主要**集中于一线城市**；
- 年龄占比较高的90后对“风景”“生活探店”更感兴趣；



年轻

主力用户
95后占比最多

时尚

内容创意强
且视觉好看

花式
视频

多样化视频形式
不断形成

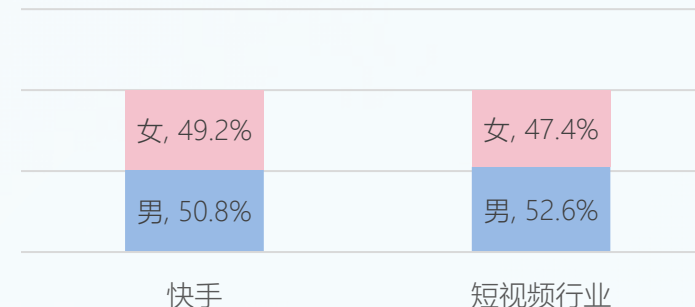


追潮流、秀恩爱、秀才艺、学技能、开脑洞、看教程、买买买.....

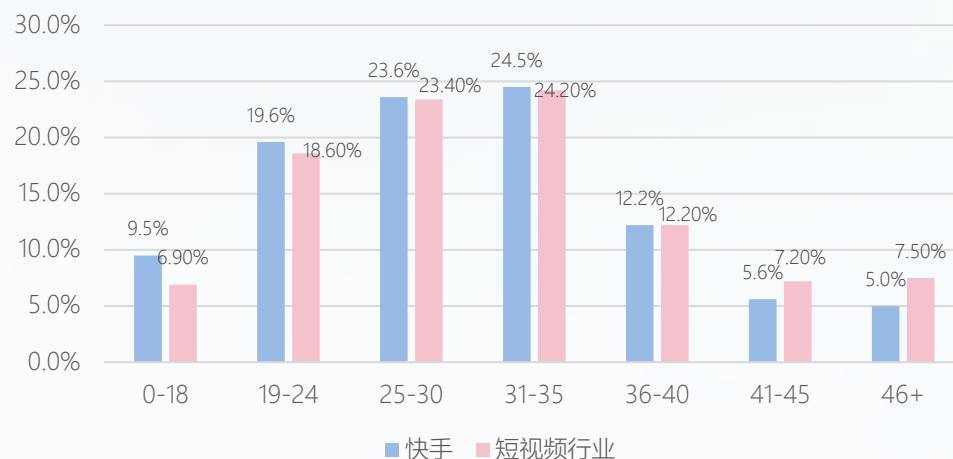
人群画像:

- **用户量:** 月活用户约为**4亿+**；日活用户约为**2亿+**；
- **性别:** 男女比例分布比较平均；
- **年龄:** 整体偏年轻化，**90后与00后**占比高，**35岁**以下用户占比**73%**，年轻用户明显高于行业；
- **地域:** 用户更为下沉；
- **活跃时间:** 从20 点- 22 点活跃度更高， 晚高峰为20 点；

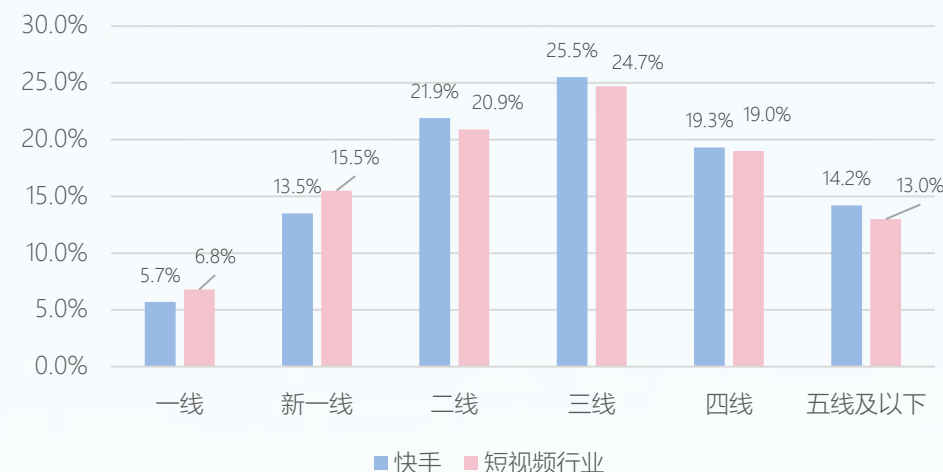
性别比例分布



年龄比例分布



地理比例分布



内容偏好:

- 快手年度关键词: “老铁666”、“记得双击么么哒”、“直播带货”、“奥利给”
- 快手点赞城市TOP 10: 山东、广东、河北、河南、云南、辽宁、广西、四川、江苏、贵州
- 快手平台热门视频类别: 搞笑、剧场、美食、时尚、二次元、舞蹈
 - TOP 1 - 搞笑类: 累计播放量5000亿+, 点赞量90亿+
 - TOP2 - 快手小剧场: 累计播放量20亿+, 累计观剧人次1.5亿+

热门搜索:

- 男性: 锡纸烫、花手教程、奥利给、王者荣耀、挖掘机、小姐姐
- 女性: 穿s号是什么感觉、腹肌小哥哥、物理、十二星座男、泡泡机
- 70后: “一秒变宝宝”
- 80后: 美食教程
- 90后: 防秃是头等大事
- 00后: 头像、签名、背景图



数据来源于快手营销平台

下沉

用户主要为
三四线城市小镇青年

搞笑

搞笑和恶趣味
视频很受欢迎

接地气

内容贴近生活
且很真实



追剧场、看段子、追直播、玩PK、买买买、放飞自我、晒生活.....

五大平台

social地位

图文为主



忠实粉丝主阵地



高颜值口碑营



流量明星热门榜

视频为主



潮流时尚视频圈



小镇青年生活秀



LANEIGE

优秀品牌分析 ○

CASESTUDY



科颜氏 清晰人设，明星与综艺深度结合；

CASE STUDY





巴黎欧莱雅 产品功效精准沟通：黑科技与产品RTB的完美结合



HomeFacialPro

抖音视频带货

- 产品核心卖点highlight
- 科技与成分图说明



KEYWORDS

竞品学习关键词

01



02



03



04



05



LANEIGE

兰芝social如何玩? ○

WHAT TO DO



LANEIGE | 兰芝

- 首个针对年轻TA的高端美妆品牌
- 为全球女性提供肌肤的保湿方案，焕发肌肤天生自然透亮，闪耀女性独特的美和活力光彩
- 二十年引领亚洲潮流：气垫、睡眠面膜、隔离等时代创新产品

闪耀年轻之美与活力光彩的颜习社

THINKING



LANEIGE | 兰芝

芝美闪耀颜习社

SOCIAL STATUS

芝美闪耀颜习社

如何在social平台具象化

微信 | 小红书 | 微博 | 抖音 | 快手



LANEIGE



芝美闪耀颜习社的**主阵地**

针对忠实芝粉 深精准



01



Questions

WECHAT



品牌力

品牌年轻与高端

没有精彩呈现



产品力

高功效

缺乏深度沟通



选题与标题

没有精准跟进

年轻话题与热点



互动流量

粉丝粘性低

导流小程序方法单一

Solutions

一句话核心任务：

精准的内容呈现，丰富的互动与流量

内容全面规划

视觉全面升级

链路简短 玩转流量

深耕粉丝

菜单栏优化



Solutions / 内容全面规划 - 三大明星栏目



「芝爱星品」
入门款、明星产品

芝爱星品 | 创造底妆奇迹的隔离家族!
进入紫色撑腰通道...

芝爱星品 | 今天想用嘴吹个彩虹_?
别想歪, 新的口红来啦!



「芝爱臻选」
高端线产品

芝爱臻选 | 触启紧颜新“肌”密
抗老不放“松”, 焕活有一“套”

芝爱臻选 | 凝时新生, 逆龄翻盘
致宠升级, 年轻稳赢



「本月芝星话」
明星KOL口碑回收

本月芝星话 | 在? 点击前往杨紫的水光游乐场
是时候畅“游”一夏了

本月芝星话 | @你, 彩虹小仙女邀你组团出道!
晋升当“虹”女星!

Solutions / 视觉全面升级 - 高端线定制与内容高级化

「 芝爱臻选 」



芝爱臻选 | 凝时新生，逆龄翻盘
致宠升级，年轻稳赢

01



芝爱臻选 | 触启紧颜新“肌”密
抗老不放“松”，焕活有一“套”

02

Solutions / 完整DEMO呈现



扫码观看完整版



Solutions / 链路简短 玩转流量-导流微信商城

01. 限时精品店概念

每月仅此一天，小程序独家发售限量好礼，吸引粉丝购买
把**#兰芝宠粉日#**打造成兰芝微信商城每个月的节日

○ 礼盒惊喜一
明星限量周边



○ 礼盒惊喜二
定期品牌合作，打造「兰朋友」限定福利



Solutions / 链路简短 玩转流量-导流微信商城

02. 内容联动

微信推送发布明星视频剧透
完整视频播放在小程序完成



03. 互动联动

微信推送种草新品/明星产品
导流到小程序进行申领试用



Solutions / 深耕粉丝—粉丝互动积分制



LANEIGE 兰芝 「积分攻略」		
	完善会员信息	+100
	公众号文章精选评论	+50
	公众号文章点赞TOP5评论	+10/次
	公众号文章链接进入小程序	+20/次
	参与素人大改造活动	+50/次
	参与公众号口碑回收互动	待定/次



Solutions / 附加：菜单栏优化

Why

现在品牌还是5年前的玩法

做微官网的思路：品牌-产品-会员三大部分；

How

升级要以followers为洞察

按照他们的思路来更新；

「 FUN肆玩 」

素人大改造

芝粉福利社

玩转积分

「 一起SHINE 」

芝爱星品

芝爱臻选

本月芝星话

「 即刻BUY 」

官方商城

线下专柜



LANEIGE



芝美闪耀颜习社的口碑营

针对爱美芝粉 多美软



02



Questions

RED



内容

缺乏多维的丰富笔记



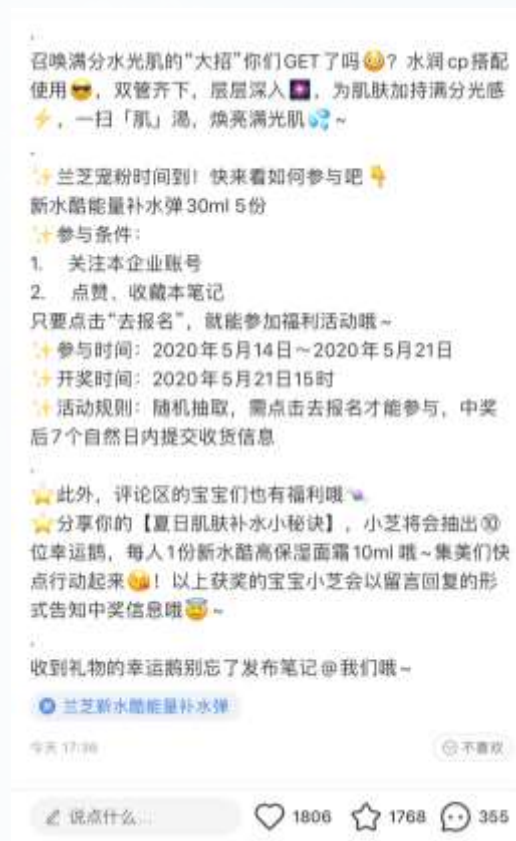
视觉

混乱且不够美观



口碑

明星与KOL软性种草



流量

没有二次传播机制

Solutions

一句话核心任务：

星品口碑强种草

内容与流量

视觉全面升级



Solutions / 内容与流量 - 打造四大明星栏目



「芝乎小课堂」

多维度干货：Q&A、
产品使用、肌肤问题等



「芝星真爱粉」

明星及KOL口碑类
软性种草



「芝粉福利社」

招募福利
引导二次传播



「向往的芝式生活」

Lifestyle场景美图种草

Solutions / 视觉升级 - 增加官方笔记轻奢美感



Solutions / 完整 DEMO 呈现

体现：视觉升级、软性种草明星产品家族





LANEIGE



芝美闪耀颜习社的热门榜

针对流量芝星 短热快



03



Questions

WEIBO



内容

文字缺乏简短



热门

没有玩转明星话题



互动

形式不够快速有趣



流量

缺乏微信或者购买引导

Solutions

多维度玩转明星

明星玩法
流量互动



Solutions / 明星玩法 - 打造相关热门栏目

#女1号口红#

巧妙运用代言人演员的特征
推出口红产品持续沟通话题

古装超A大女主——#06 朱砂琉璃

都市飒爽女白领——#09 玫红琉璃

可盐可甜小奶喵——#04 粉晶琉璃

#女1号口红#心动时刻TA太出戏，如何给甜甜的恋爱加“戏”？一抹琉璃晶彩唇膏，化身淘气不拘小奶喵。Pick玩味色调，演绎灵气女1号，小心别被反“咬”一口！



Solutions / 明星玩法 - 打造相关热门互动栏目

#小芝，请多指教#

深度跟踪明星热播剧，引导粉丝进行持续互动

#小芝，请多指教#大提琴已就位，观众Stand by，
新晋音乐家@杨紫 已开启进阶之路~最新剧情已曝光，
快来猜猜是什么令她动情落泪不花妆？



Solutions / 明星玩法 - 粉丝福利互动

与明星微博、超话内容或工作室等巧妙互动

说说你最爱哪个look? 赢取她最爱的补水精华一份!



春日美肤, 你有什么想说的? #我想说#



Solutions / 流量互动 - 创意海报导流微信

#小芝美肤日历#

选取热门节日切入，通过创意海报引导扫码申领，导流微信

7.6世界接吻日、10.10卖萌日、11.17雾霾日

3.15-4.15樱花节、10.15-11.30红叶节.....

#小芝美肤日历# 雾深深霾蒙蒙，多少芝粉黯淡中。
通勤路上你肌肤的防毒面罩在此——兰芝雪纱丝柔
修颜隔离乳，一抹提亮修颜，搭载隔离黑科技，筑
起抵御屏障，舒适底妆超长待“肌”！



Solutions / 流量互动 - 创意海报导流微信

#小芝美肤日历#

完善话题页基础建设
置顶always-on互动窗口

#小芝美肤日历# 你的美肤功课已备好，
打卡精致“美”一天。评论区留言你的“美”一
天必备单品，每月点赞前三赠送兰芝明星
产品正装一份！



抖音·快手【阶段性策略】





LANEIGE



芝美闪耀颜习社的视频圈

针对最In芝粉



04



Step One / 基础建设

TIK TOK



- 品牌主页优化
- 现有素材抖音化剪辑
 1. 玩明星
 2. 带货视频



Static
Demo

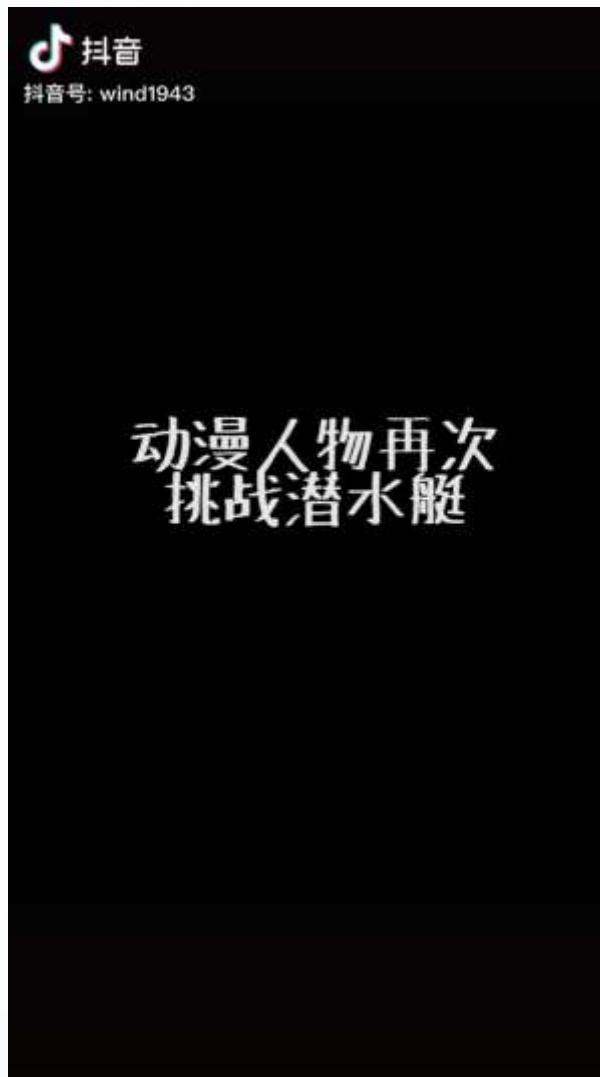
Step Two / 创造内容

TIK TOK



- 选取热门素材，通过设计为兰芝定制内容
- 拍摄年轻化的病毒视频

Reference





LANEIGE



芝美闪耀颜习社的生活秀

针对小镇芝粉



05



Step One / 基础建设

KWAI



- 品牌主页优化
- 现有素材抖音化剪辑
 1. KOL口碑合集
 2. 带货视频



Demo-1



Demo-2

Step Two / 创造内容

- 大量KOC拍摄生活化场景小剧场种草

Reference



兰芝 Social Content Plan (MKT排期产品)

Month	5-6月	7-8月	9-11月	12月
产品	主推：水酷精华+水酷霜升级 次推：彩虹唇膏	主推：水酷精华+水酷霜升级 次推：彩虹唇膏	主推：第二代致美精华 次推：彩虹唇膏	主推：第二代致美精华 次推：CNY
	这直拍也太“水”了吧！ 摘要：芝带你乘风破浪 (综艺热点推水酷系列) aws! 这波618大促剧透太上头！ 摘要：嘘~ (天猫618活动预热)	《五年补水三年保湿》？ 摘要：换一套，直面“烤”验！（高考热点推水酷系列） 恋爱选我，我超甜！ 摘要：Chu~彩虹糖味（七夕热点推彩虹唇膏）	芝爱臻选 轻启紫晶瓶 一抹改写肌龄 摘要：见证时光魔法 本月芝星话 节后开工心慌慌，松弛肌如何逆袭？ 摘要：点击偷看达人秘籍（国庆假期热点推致美精华）	芝爱臻品 圣诞倒计时，你仍有“纹”题未解？ 摘要：加持底气，满分赴约！ 春节放“价”攻略 摘要：滴，打卡成功！
	芝星真爱粉 深深深深——度补水测评 (KOL水酷口碑) 向往的芝式生活 小心嘴甜的那些人 (彩虹唇膏)	向往的芝式生活 PIKE ME, “补水”圈顶流！ (综艺热点推水酷系列) 向往的芝式生活 彩里彩气，你的人间理想型 (七夕热点推彩虹唇膏)	向往的芝式生活 今天有点唇唇”欲动，我想说... (彩虹唇膏) 芝星真爱粉 达人初秋“妆”备，助你升级日杂少女 (KOL彩虹唇膏口碑)	芝乎小课堂 进来抄作业！定制零龄少女养成“肌”划~ 芝粉福利社 双旦有礼！GET最佳购物清单
	办公室“划水”大法，包教包会 (办公室场景切水酷系列) 向往的夏天，是彩虹色~ (结合季节推彩虹唇膏)	夏日保“鲜”绝招！ (结合季节推水酷系列)	假日旅行，安排！出游满分状态，有它助攻~ (结合国庆出游推致美精华)	瑟瑟发抖的寒冬来临，干纹上脸如何度过甜蜜圣诞夜？ (结合圣诞节日推致美精华)
	惊！杨紫报名了新挑战？ (水酷精华视频再剪辑)	38°高温预警，杨紫依旧水嫩在线的秘密是..... (杨紫视频剪辑) 官方实测，水酷精华补水二三事~ (产品视频剪辑)	“纹”题求解，芝有绝招 (产品视频剪辑)	0槽点圣诞送礼指南 (产品视频剪辑)
	学生党必看，升级补水攻略拿走不谢~ (产品视频配字)	盛夏“水酷CP”补水上线，等于敷面膜100次~ (水库精华&面霜合集剪辑) 小仙女必备的夏日唇色 (产品剪辑配字)	天山童姥VS你，这局怎么赢？ (PK)	一瓶K.O初老痕迹，点击收藏这款神仙好物！ (KOL素材剪辑)

兰芝 Social Content Plan (明星口碑产品)

Month	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月
主题	毕业季	旅游季、夏日	七夕、夏日	换季护肤 初秋妆容	国庆节、音乐节、中秋节	双十一、感恩节	双十二、圣诞、元旦
产品	水酷系列	底妆家+彩虹唇膏	水酷+睡眠家族	睡眠家族+彩妆合集	睡眠家族	全部	睡眠家族+彩妆合集
	毕业倒计时， 你的补水功课达标了吗？	GET不一样的夏天， “芝”需2步	咩，睡后收入打卡~	稳住，换季TA们带你赢！	十一小长假， 来一场满分芝旅！	美肌心愿， 芝为你11实现！	心动预警！ 请签收你的节日好礼！
	芝星真爱粉 这届网友， 真的太“水”了！	向往的芝式生活 全网 公认，旅行必需“妆” 备	即刻启动！芝粉的夏天！	向往的芝式生活 初秋 “妆”出高级感！	向往的芝式生活 备战 音乐节，如何稳拿全场 最佳？	芝粉福利社 满载美“礼” 来宠你！	向往的芝式生活 请 “妆”好你的新年好运！
	又是一年毕业季，这一 次别再“干”等了。	还在空调、西瓜、电视 剧？时髦精女孩的夏日 新玩法彩虹、隔离、变 美丽！	被“夏”到了？至“酷” 度夏方式拿去！	换季肌肤遭遇重重关卡？ 睡眠家族带你实力闯关！	中秋之夜，比月光更迷 人的，是你的闪耀美肌	今天，你想感谢哪款悉 心呵护你的TA？	你的“芝”心圣诞老人 已上线！

Social全平台素材规划

	微信	小红书	微博	抖音	快手
明星	本月芝星话	芝星真爱粉	- 小芝，请多指教 - 女1号口红	结合热门BGM	剧情化剪辑
SNS 素材	- 芝爱星品 - 芝爱臻选	- 芝粉福利社 - 芝乎小课堂 - 向往的芝式生活	小芝美肤日历	/	/
Campaign KOL	本月芝星话	芝星真爱粉	女1号口红	带货视频	口碑种草

LANEIGE | 兰芝

MINKA SHOWCASE





最会玩的，最年轻的，最前
沿的social内容



最新颖的SVG排版黑科技，
通过代码实现内容阅读互动



创意内容设计&互动

官方平台运维



系统提醒：你已经被“拉黑”！

GLAMGLOW格莱魅 4月10日



闪光灯准备！“鼠”年大咖即将登场

GLAMGLOW格莱魅 1月23日



团圆在即，专“鼠”战衣已就位
风靡全球的「净化自噬」面膜惊喜变装亮相
为肌肤辞旧迎新，打响新年回春第一战！

点击相机
全新形象即将登场



MIKKA CHINA



最会玩 · 最年轻的 · 最前沿的
social内容

对热点的及时追踪&精准内容输出:

#本人黑眼圈声明#
#啥是佩奇#
#黑衣人#

官方平台运维



ESTÉE LAUDER
雅诗兰黛 奢宠白金

化妆品中的奢侈品，视觉高
要求需有极高图片拍摄和视
频生成能力

- 1、雅诗兰黛奢宠白金TVC
- 2、雅诗兰黛奢宠白金shooting
- 3、雅诗兰黛微信推送



宠爱自己，这一刻，每时每刻

雅诗兰黛 3月5日

ESTÉE LAUDER

Re-Nutriv
ESTÉE LAUDER
雅诗兰黛 奢宠白金

特殊时期，更应加倍宠悦自己

用雅诗兰黛奢宠白金

宠爱自己

在这一刻，在每时每刻



官方平台运维

Re-Nutriv
ESTÉE LAUDER
雅诗兰黛 奢宠白金

ESTÉE LAUDER
雅诗兰黛 奢宠白金

“你好，我是新人刘嘉玲”
令人好奇的主题，明星带出
产品的强大功效，CTR达集
团历史第二

官方平台运维



MARIE
DALGAR

玛丽黛佳x钟薛高 轻联合引 流双方粉丝，引发超高互动

- 5月品牌与钟薛高联名推出礼盒，
新颖联名以较好的视觉呈现至
粉丝， 配合有趣的互动活动，
带来极高的粉互动；



官方平台运维



“在看”的人都越来越美了

阅读 2.4万

在看 432

ANNA
SUI

安娜苏的小红书视觉规划

官方平台运维



innisfree

悦诗风吟的小红书视觉规划

官方平台运维



Minka Team

Business Director Sherry Gong		Group Creative Director Hedi Li		
Account Team	Media Team	Copywriting Team	Design Team	Planning Team
Senior Account Manager Kevin Xue	Media Director Ada Yang	Copywriter Manager Adonis Shen	Art Director Luffy Feng	Assistant Planning Manager Fanny Wu
Senior Account Executive Nicole Ni	Media Supervisor Corona Liu	Senior Copywriter Echo Zhao	Senior Designer Yilia Yu	Planning Ula Sheng
Account Executive Annie Mei		Copywriter Howard Xia		



Sherry Gong

Business Director

MINKA创始人之一

于赫斯特集团投身广告行业，积累传统纸媒深度经验与资源；顺势转入互联网行业，发展于女垂门户网站，积累丰富数字传播经验；

从业12年，服务四大美妆集团（雅诗兰黛/爱茉莉/资生堂/欧莱雅），积累40+品牌数字推广经验，主导超过300个品牌项目的数字营销推；



Hedi Li

Group Creative Director

- 欧莱雅08MT
- 5年化妆品市场部经验（阿玛尼、倩碧）
- 1年奢侈品市场部经验
- 6年+digital & social agency 担任创意总监

一直服务雅诗兰黛集团为主

兼顾奢侈品与快消领域的国际领导品牌

丰富的甲乙双方经验综合是最独到的工作优势

获得各品牌客户的认可与好评

Minka Team



Kevin Xue

Senior Account Manager

2年美妆&奢侈品MTK经验, 3年digital social经验, 服务过兰蔻、雅诗兰黛、汤姆福特、悦木之源、路易十三、戴比尔斯等国际知名品牌。执行过多个品牌常规运营及360campaign。

兰蔻双十一纸飞机campaign
兰蔻美丽人生香水campaign
兰蔻持妆粉底棒campaign
雅诗兰黛黑钻精华上市campaign



Nicole Ni

Senior Account Executive

1年digital social经验, 服务过悦木之源、朵梵、兰芝、安娜苏等国际知名品牌。

悦木之源发光保湿霜campaign
悦木之源holiday campaign
兰芝绿森林面膜上市campaign



Annie Mei

Account Executive

5年国外留学经验, MBA硕士毕业, 服务过朵梵、路易十三等国际知名品牌, 执行多个品牌常规运营。



Ada Yang

Media Director

8年媒介数据从业经验, 服务雅诗兰黛集团、澳尔滨集团、爱茉莉集团旗下数十个国际品牌。参与执行超过100个数字营销推广项目。

悦诗风吟小清新节campaign
雅诗兰黛holiday campaign
LOUIS XIII 100Years全球campaign
雅诗兰黛黑钻精华上市campaign



Corona Liu

Media Supervisor

2年digital social经验, 服务过路易十三、戴比尔斯珠宝、DARPHIN、innisfree、LAB SERIRE、玛丽黛佳等品牌。

雅诗兰黛黑钻精华上市campaign
ALBION天猫超品日溯旅campaign
LOUIS XIII 100Years全球campaign

Minka Team



Adonis Shen
Copywriter Manager

4年digital social经验，服务过雅诗兰黛、倩碧、悦木之源、朗仕、格莱魅、兰芝、悦诗风吟、澳尔滨、安娜苏、歌帝梵等国际知名品牌。

雅诗兰黛黑钻精华上市campaign
雅诗兰黛黄金胜肽campaign
格莱魅天猫开业campaign
兰芝抗老线campaign



Echo Zhao
Senior Copywriter

3年美妆品牌服务经验，服务过GLAMGLOW、朵梵、朗仕、兰芝、悦诗风吟、欧邦琪、歌帝梵等国际知名品牌。

朵梵小粉瓶campaign
朵梵银钻眼霜campaign
格莱魅天猫开业campaign
兰芝绿森林面膜上市 campaign



Luffy Feng
Art Director

从业12年，服务过海蓝之谜、雅诗兰黛、倩碧、朵梵、戴比尔斯、路易十三、祖马龙、戴森等国际知名品牌。

LOUIS XIII 100Years全球campaign
ALBION天猫超品日溯旅campaign
雅诗兰黛黑钻精华上市campaign
雅诗兰黛黄金胜肽campaign



Yilia Yu
Designer

2年设计经验，服务过爱茉莉、雅诗兰黛、GLAMGLOW、ALBION、ANNASUI、GODIVA、悦木之源、戴比尔斯等国际知名品牌。

执行多个品牌常规设计
魅尚萱甜梦香氛洗护系列campaign
GLAMGLOW私域群campaign



Fanny Wu
Assistant Planning Manager

3年创意设计工作经验，2年digital social，服务过雅诗兰黛、LOUIS XIII、悦木之源、朵梵、兰芝、Innisfree等国际知名品牌创意策划。

雅诗兰黛黄金胜肽campaign
雅诗兰黛黑钻精华上市campaign
LOUIS XIII 100Years全球campaign
兰芝绿森林面膜上市campaign

Deliverable		Deliverable Description	Sub-total	Percentage
内容策划	官方社交平台内容策划	Creative 创意&策略, 官方微博 & 微信&小红书&抖音&快手五个平台的规范及规则, 官方内容策略排期; 包含各栏目发布策划、各主题延伸、节假日热点追踪规划等	¥ 35,000	3.7%
官方微信	微信排版设计	官方微信 (排版黑科技+常规gif) , 商场微信, 微信排版调整	¥ 381,500	40.5%
官方微博	推送+话题页+皮肤	微博常规发布, 活动发布, 海报发布, 转发, 微博话题页素材制作, 微博皮肤素材制作	¥ 198,500	21%
官方小红书	发布+品牌背景	小红书活动内容发布, 常规内容发布, 活动消息群发设置及文案撰写, seeding中奖粉丝, 背景banner制作	¥ 209,750	22.3%
官方抖音	发布+品牌背景	Kol素材剪辑, 官方tvc直发, 品牌号背景制作	¥ 41,300	4.4%
官方快手	发布+品牌背景	Kol素材剪辑, 官方tvc直发, 品牌号背景制作	¥ 41,300	4.4%
数据及报告提供	每周/月度运营报告	每周一提交上周微博 & 微信&小红书&抖音&快手 五个平台运营数据周报 (Excel) ; 每月10号前提交月度运营分析报告 (中文PPT形式) ,包含发布情况, 平台运营总结分析及优化建议 / 行业竞品趋势case study2-3个,月度数据汇总报告 (Excel),KPI月度phasing (Excel)	¥ 35,000	3.7%
Total Cost (不含税)			¥ 942,350	100%
VAT (6%)			¥ 56,541	/
Sub-total			¥ 998,891	/

兰芝 Social 平台KPI

平台	考核维度	系统数据	上年	Q1	年度KPI
微信	影响力	粉丝数	2,945,333	2,883,983	3,600,000
		月UV	338,228	222,514	400,000
	粉丝粘性	活跃率=月UV/粉丝数	14%	8%	16%
微博	影响力	粉丝数	1,165,398	1,203,879	1,350,000
		月互动UV	23,640	10,607	30,000
	粉丝粘性	活跃率=月互动UV/粉丝数	5%	2.30%	5.80%
小红书	影响力	粉丝数	21,638	32,580	80,000
		月均UV	23,552	6,286	30,000
	粉丝粘性	月互动	2,080	1,099	2,700
抖音	影响力	粉丝数	/	2,208	30,000
		月均UV	/	0	10,000
	粉丝粘性	月互动	/	0	2,000
快手	影响力	粉丝数	/	0	20,000
		月均UV	/	0	5,000
	粉丝粘性	月互动	/	0	1,000

THANK YOU

