



绽妍 JUYOU[®]

专注皮肤问题 专研屏障修护

抓住规律 不断突围



目录

CONTENTS

01 项目背景

02 项目举措

03 项目总结

PROJECT CONTEXT 项目背景

绽妍，从院线走出来的
皮肤学级护肤品牌。

绽妍列举了近20个希望小马宋团队协助解决的问题，包括品牌定位、口号、符号、产品、推广、渠道和赛道选择等方方面面的问题。



**“一个问题的解决
总是依赖于与问
题相邻的更高一
级问题的解决。”**



魏斯曼·战略学家
Arnold.Weissman

01

企业顶层设计 从明确企业使命开始

Corporate
Mission



有清晰的使命,才有清晰的战略
有清晰的战略,才有清晰的业务

绽妍为何能够存在和发展？

整个功效型护肤品

行业何以存在和发展？

Existence & Development



带着问题回溯到1984年，第一次在美国化妆品化学家协会上提出「Cosmeceuticals/药妆」概念。

药妆

同时具有化妆品特点和某些药物性能的一类新产品，或处于化妆品和皮肤科外用药间的一类新产品，与普通化妆品不一样的是，药妆能够帮助医生，解决患者轻微的皮肤问题。



Albert Kligman

美国著名皮肤病资深学者/美容皮肤科创始人之一

消费者的底层需求是不变的：为消费者解决肌肤问题，核心价值在于产品的功效。

“总有人问我,未来十年,会有什么样的变化。但很少有人问我,未来十年,什么是不变的。我认为第二个问题比第一个问题更重要。因为你要把战略建立在不变的事物上。”



杰夫·贝索斯
Jeff Bezos

绽妍 JUYOU®

功效型化妆品行业存在和发展的本质：

解决肌肤问题

#绽妍如何为消费者解决肌肤问题？

关键在于找到企业禀赋

绽妍企业禀赋：

医研共创X生物科技

绽妍使命定位

LOCATION

通过医研共创和生物科技

绽妍的企业禀赋

为肌肤问题提供精准高效的解决方案

绽妍的社会责任

绽妍的核心价值

02

品牌定位,与消费者 高效沟通的手段

Brand
Positioning

#

品牌价值 成本论

BRAND VALUE



- a. 营销的本质, 就是为顾客创造越来越高的总价值, 并不断降低顾客的总成本。
- b. 商家向顾客交付的价值越高, 顾客的成本越低, 竞争优势则越强。

对内：通过企业使命帮助绽妍统一思想，明确发展路径，也明确了绽妍要向消费者交付的核心价值，聚焦于产品本身的功效。

对外：我们则需要通过**清晰的品牌定位**降低消费者的选择成本，让消费者在眼花缭乱的护肤品品牌中更容易选择绽妍。

调整品牌定位

皮肤屏障分阶修护专家&Bio+4D > 救急肌肤问题

相比于定位在一个晦涩的理论 绽妍更需要一个能快速突破消费者心理防线
快速打动消费者的超级购买理由——绽妍可以救急肌肤问题！

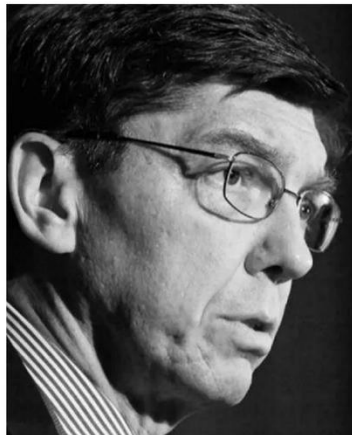
消费者不是想买1/4英寸的钻头，
而是想要一个1/4英寸的洞。



绽妍 JUYOU®

绽妍品牌定位(消费端):

救急肌肤问题



Jobs to be done

消费者使用一款产品是为了完成一项任务。他并不在意你提供的解决方式是什么，他们只在意自己能不能借此完成任务，能不能借此完成更多的任务，以更快的速度、更好的质量和更省的成本完成任务。

——克莱顿·克里斯坦森

03

重塑品牌资产
战略创意一体化呈现

Brand
Equity

优化品牌谚语

专注皮肤屏障分阶修护 > 肌肤出问题 绽妍来救急!

「救急」不仅是典型购买理由，也是突发肌肤问题最本能的反应，绽妍更需要一个能快速突破消费者心理防线，快速打动消费者的超级购买理由！



打造超级符号

按照战略创意一体化的创作原则，这个符号看起来就很急

！

优化前



优化后

泛红！

干燥！

过敏！

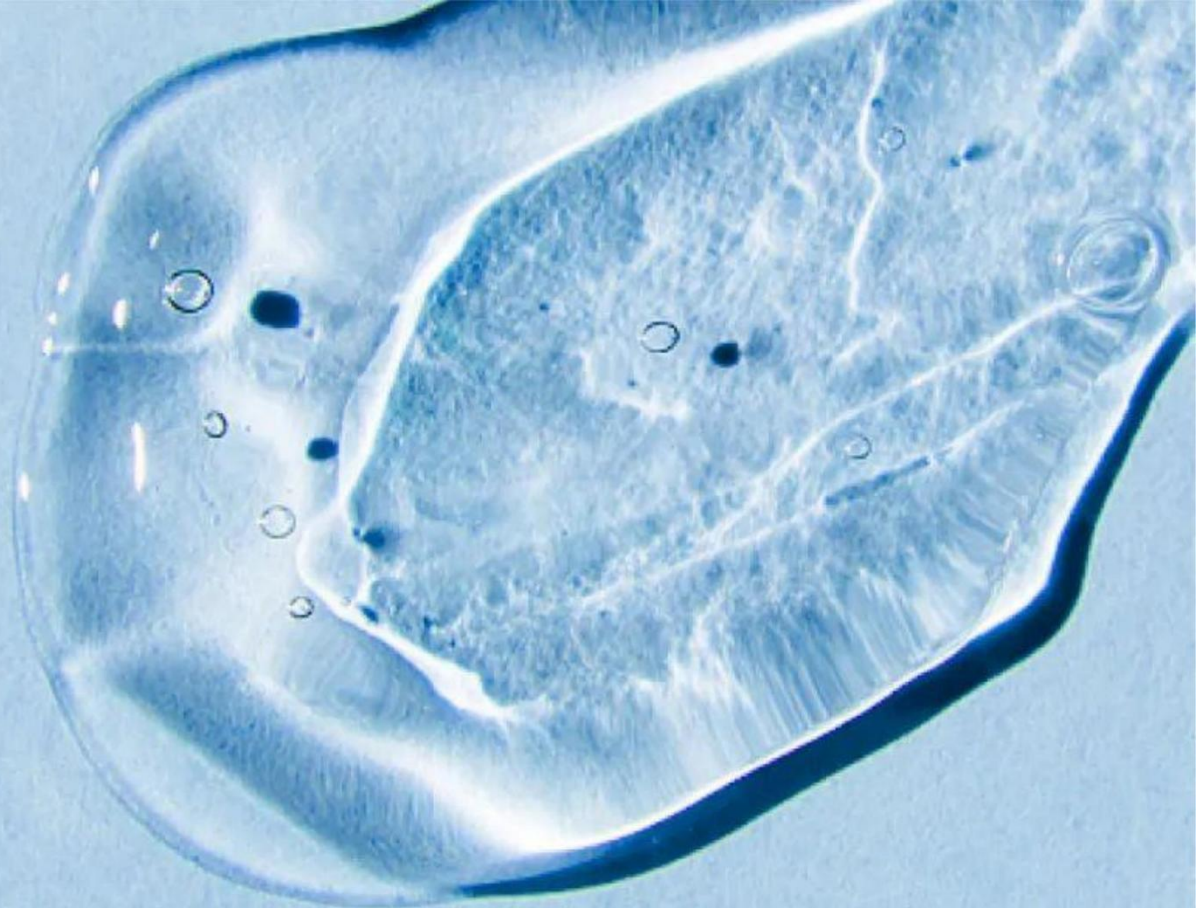
肌肤出问题
绽妍来救急





PANTONE 2191C

CMYK_82/11/0/0
RGB_0/159/220





肌肤出问题
绽妍来救急





JUYOU
FIRST-AID SKINCARE
SOLUTIONS

肌肤出问题
绽妍来救急

FIRST-AID SKINCARE
SOLUTIONS

肌肤救急

○干燥 ○敏感 ○泛红

绽妍®
JUYOU










打造拳头产品

围绕王牌成分“**重组贻贝粘蛋白**”打造能救急的拳头产品，让战略落地，构建自己的核心竞争力。



提炼产品昵称

将产品昵称命名为「蓝叹号」，并创作了产品购买理由：抢修干敏红！厚养城墙皮！



绽妍「蓝叹号」极速登场！

肌肤出问题 绽妍来救急



15分钟 抢修干敏红

2周 厚养城墙皮

系列产品视觉应用中「蓝叹号」一以贯之，让每个包装都成为品牌广告位！



项目总结

- 抓住了行业的本质「解决肌肤问题」
- 基于企业禀赋，明确「企业使命」
- 对内坚定企业的发展道路，对外理清「品牌定位」
- 构建了一整套可持续积累的「品牌资产」