

# 玫琳凯

MARY KAY<sup>®</sup>  
玫 琳 凯

- ◆ **品牌全称:** 玫琳凯 (中国) 有限公司
- ◆ **所属行业:** 个护化妆
- ◆ **参选类别:** 年度最具移动营销创新力品牌

## 品牌发展

- 玫琳凯是全球护肤品和彩妆品直销企业之一，于1995年来到中国，成为上世纪90年代第一批进入中国市场的国际化妆品品牌之一，多年来一直为消费者提供高质量的产品，迅速成长为中国化妆品市场的主力军。

## 目标人群

- 热爱美妆护肤、35-45岁之间、主要分布二线及以下城市

## 市场定位

- 从诞生至今，玫琳凯怀着科学严谨的态度，持续进行革新和创造，不断扩充自己的产品线，并且坚持优化特色服务优势，为中国女性带来了全新的美丽体验。

## 行业地位

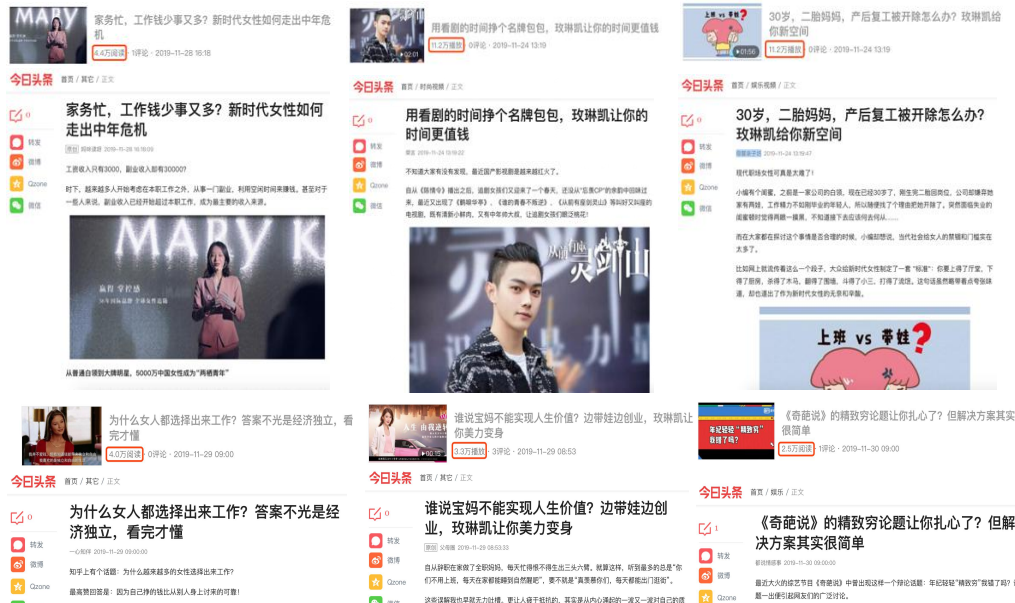
- 全球知名护肤彩妆及调养品、赋能女性的领军品牌

## 时代升级、人群习惯升级， 驱动品牌营销升级

- 相比于过去看电视、听广播，如今的消费者会把更多的时间花在App上，**智能设备的实时沟通技术，可以帮助品牌在用户心中快速建立信任度**。报告显示：大约有75%以上的用户会使用移动设备搜索品牌相关信息。
- 基于此，作为在中国已发展25年的“老品牌”，亟需一次营销升级，**利用移动端流量获取更多用户关注，赢得优质口碑，驱动品牌曝光和影响力打造**。

## 头条 今日头条

## 今日头条内容营销



通过今日头条的影响力和渗透力，采取**定向人群的精准投放方式**，**多类型KOL深度合作打造营销矩阵**，不仅达成了快速建立品牌认知度、影响力的目标，也成功地为玫琳凯线下销售提供了更多品牌信息推广的支持。

“中国第一大移动资讯平台” —— 提升品牌影响力

## 秒懂百科

## 百度秒懂百科视频

### 创新视频形式，助力玫琳凯百科营销升级

位置醒目，占据头部

秒懂百科视频发布后，占据词条头部位置（首屏），视频展示醒目，品牌正向内容输出直观。

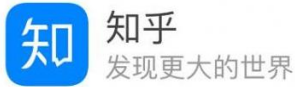
直观易懂，印象深刻

视频赋予品牌精神内涵，让网友更直观的了解品牌信息，为品牌赢得最佳印象的同时，也提升了品牌认知度和美誉度。

链接：<https://baikevideo.cdn.bcebos.com/media/mda-OfzxudPNjvL51hpe/a24ddf6b72f2a9a771e8acaab3f360e4.mp4>



“全球最大中文百科全书” —— 提升品牌认知度



## 知乎平台内容投放

知乎时尚-大咖提问

知名达人跟进回答、炒热

APP信息流跟进投放

带动网友参与讨论

关于护肤你是在「凑热闹」还是在「看门道」

利用**大咖+PU组合形式**，账号自带粉丝流量增加内容曝光，同时在站内持续流通沉淀形成长尾效应，增加品牌口碑，为品牌背书。

中文移动互联网第一大知识平台——强化品牌口碑



## 新华网移动专题+直播

聚焦现场

国际美容美妆品牌女性创业平台玫琳凯发布可持续发展报告及关键数据

该报告中还披露了25年来玫琳凯中国在可持续发展上的关键数据

均衡膳食 优质营养

让每个家庭都有一个懂健康的人

《家庭营养改善计划》第四期

品牌活动与新华网深度合作，打造**图文型移动专题页面**，更好展现活动信息，同时配以**直播形式**，**所见即所得**，增加品牌与用户的亲密度、好感度和权威性。直播PV数据：2,465,012；UV：962,489，进一步提升品牌曝光。

具有全球影响力的中文网站——强化品牌背书

## 头条 今日头条 玫琳凯今日头条内容营销案例

### 核心策略

内容营销组合拳，阶段性精准聚焦  
驱动品牌曝光和影响力打造

### 亮点阐述

- 采用精准的投放策略，通过定向投放玫琳凯目标人群+官抖粉丝，触达目标人群；
- 通过多维度原创文章发布，内容被头条进行首页推荐，扩大传播范围，辐射更多人群；
- 结合多类型传播形式，包含**图文、H5专题、多类型头条号**等内容营销方式，打出了一套**强劲的传播套拳**，通过**阶段性的精准聚焦**，有效地触达了目标用户群体，实现了品牌的全方位曝光。

优质平台



精心策划



账号联动



互动留资



效果最大化



## 效果展示

### 结合阶段性内容+多维角度，实现品牌强背书，夯实品牌影响力

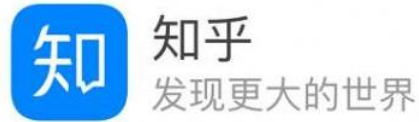
- ✓ 项目阶段总投放**44篇**精彩图文内容，覆盖美妆、情感、媒体等**37**个头条号KOL
  - ✓ 站内总曝光量高达**130万**人次，内容总阅读量超**450万+**
  - ✓ 站外信息流总曝光量高达**1300万+**，总点击量**152180**

### 品牌认知度指数级增长，百度资讯指数连续出现波峰值

- ✓ 百度资讯指数项目前平均1121、峰值30346；项目后冲上**73000+**，平均值升至4000+
  - ✓ 多篇投放文章**浮现在首页的推荐栏**，吸引更多目标人群；
  - ✓ 文章内容均被站内收录，内容优化效果显著。

### 持续释放产品优质口碑，提升品牌好感度，培养忠实粉丝

- ✓ 采用**精准投放策略**，定向投放MK目标人群+官抖粉丝，CTR达到**2.19%**，效果明显。
- ✓ 凸显大牌实力的同时，也提升了品牌辨识度，让更多网友了解玫琳凯，爱上玫琳凯。



# 玫琳凯知乎APP内容投放案例

核心策略

高关注

大咖提问 (知乎官方)



强背书

优秀回答者 (PU)



大流量

曝光产品 (信息流广告)

亮点阐述

内容投放有层次:

- 「大咖提问」知乎大咖提问, 软性内容提问, 吸引用户关注
- 「PU回答」选择有皮肤科医学背景账号, 进行问题回复, 为科技力背书
- 「信息流广告」流量加持, 提升品牌曝光

效果显著增口碑:

- 广告曝光 **4,672,391**, 点击 38,260;
- 问题答案页曝光 **78,427**; 达人回答阅读量**94,553**, 互动量 **1,468**。
- 投放周期内搜索「玫琳凯」关键词, 本次大咖提问的**关注数在搜索TOP1**, 回答数在**TOP2** 的位置, 进一步强化品牌口碑。

