

sweetcolor90天登美瞳榜TOP1

- **品牌名称：** sweetcolor美瞳
- **所属行业：** 美妆行业
- **执行时间：** 2024.10.01-12.31
- **参选类别：** 电商营销类

品牌背景：关于sweetcolor

秉持“安全、舒适、专业、缤纷”的理念，坚持“无美瞳不女神，无安全不美瞳”，700+线下专柜门店，致力于为消费者提供安全健康和引领潮流的彩色隐形眼镜。

2016年全国两百多家门店，效益稳步攀升，截至24年，线下已经700多家的专柜门店，同时在抖音开设了官方旗舰店。

营销背景：

1、美瞳行业市场以价换量+新品内卷，品牌如何脱颖而出？

美瞳作为美妆快消品，新品牌与款式品新品不断涌现，市场竞争极其激烈，**以价换量的营销模式也造成整个市场极其内卷。**

2、用户消费行为变化，如何将品牌线下优势转移至线上？

消费者越来越倾向于线上电商平台下单产品，作为线下700+专柜门店的Sweetcolro如何把线下优势转移至线上，高效利用线上渠道优势扩大市场销量。

3、市场种草营销内容同质化，品牌如何创新内容与投放？

美瞳市场品牌营销多以直播+达人带货为主，营销同质化，消费者痛点感知度下降，品牌需革新创意内容与投放模式，扩量触达消费者同时提升心智种草。

项目整体目标:

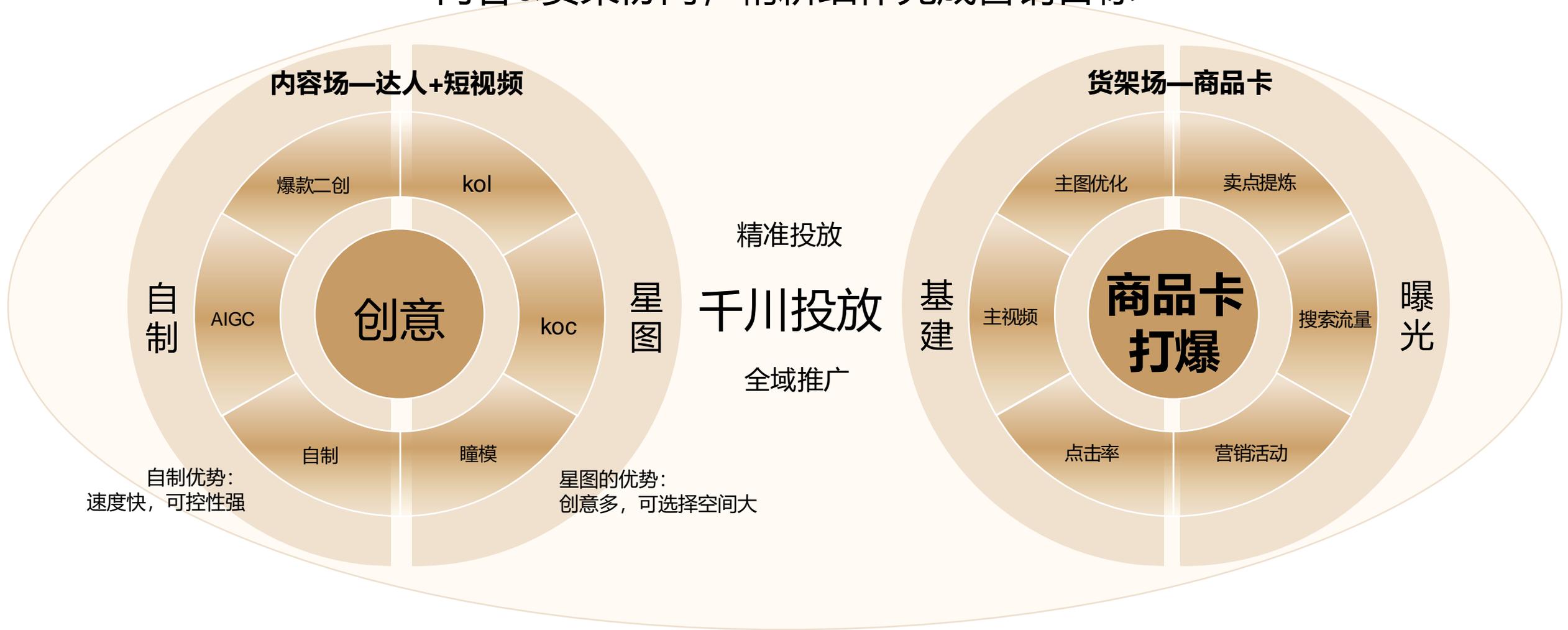
打爆品 + 拓渠道 | 综合提升Sweet color销量与声量

提高店铺各个系列美瞳单量与GMV;

利润、销量、声量综合提升，塑造品牌在行业的领先地位。

整合策略

内容&货架协同，精耕细作完成营销目标



项目执行亮点

达人侧

差异化佣金投流
挂车+投流实现种草爆量

- 合作率提升30%
- 合作达人数量100+
- 达人预算不低于20万/天
- 多个达人单量破5000+
- 多个达人消耗破5w+

内容侧

瞳模素材采买+AIGC提效
破除创意壁垒，提升消耗

- 月1w消耗素材占比50%
- 7条消耗10W+
- 50条消耗1W+
- 最高消耗98W+
- 素材产出效率+500%

商品侧

商品卡推广-搜索推荐拦截
提升商品转化及订单

- 商品卡曝光3400w+
- 点击180w+、转化率7%
- 商品卡售卖12w单
- 占比整体单量22%

投放侧

利用商品全域功能
内容场&货架场协同曝光

- 投放首月，消耗环比增长600%，单量环比增长1009%
- 投放首个季度，消耗环比增长275%，单量环比增长500%

模式创新 破除创意壁垒 量变引质变 消耗利润双提升

通过采买二创后的单视频素材有7条消耗10W+，50条消耗1W+，最高消耗98W+

原模式：月1w消耗素材占比10%

请演员拍摄，摄影师进行拍摄后，

卡点：演员眼睛表现力和美感不够

表演痕迹明显 沉浸度低

眼睛美的演员比较难找

优质素材产出频率低

VS

新模式：月1w消耗素材占比50%

借力抖音千粉美人，优质素材量级提升

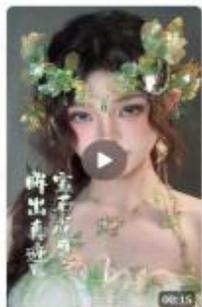
优势：条条内容都是UGC

只提供产品及脚本规范，制作成本降低80%

促进抖音达人生态活跃度

百位颜值口播模特瞳模素材

过分析产品花色以及受众人群，调整筛选更适合系列的瞳模，优化文案脚本，植入时下流行的文案和话题元素。



视频	整体消耗(元)	整体展示次数	整体点击次数
共1762个视频	4,282,112.80	76,739,103	1,994,652
06-1021-SC美瞳日常... ID: 74281729247111...	984,659.54	12,044,812	325,969
超多花色 任意选择 真... ID: 74426560865358...	328,840.57	6,793,831	193,517
08-1028-SC美瞳幻境露... 虹-实拍-(李李) 达人...	251,500.65	3,199,709	64,135

7个单品系列被打爆，自营素材的转化率高达13%

AIGC加持，创意效率翻5倍，转化率高达14.03%



AI生成视频，后续调整产品名、花色直径以及字幕调整

	超多花色 任意选择 真... ID: 74426560865358... 优质	328,840.57	2.85%	14.03%	6,793,831
	08-1028-SC美瞳幻境露 虹-实拍- (李李) 达人... ID: 74307858609526...	236,464.80	2.00%	8.44%	3,053,312
	这美貌程度不用我多说... ID: 74340646693020... 优质	203,495.76	2.58%	8.56%	3,967,116
	尊嘟好看的冰透无锁 边! 和冬天超搭~ #美... ID: 74437515768279...	200,770.48	1.69%	6.13%	7,336,287

AIGC产出3条主力视频：累计消耗70万+，单户整体消耗占比6%

https://v.youku.com/v_show/id_XNjQ2MzYwNTg5Ng==.html

视频链接：

https://v.youku.com/v_show/id_XNjQ1NjEyMDYzNg==.html

商品卡推广，搜索推荐全方位拦截，提升商品转化及订单，单sku售卖出12万单

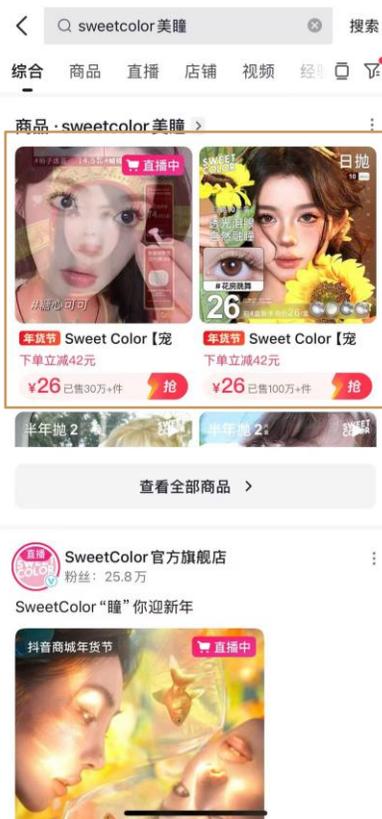
品优化-扩量
优选多个潜力商品

图优化-卖点提炼
价格+视觉吸引促进点击

活动营销-提升转化
优惠券+运费险促进购买



商城端



内容端

投放数据:

商品卡整体曝光3400w+、点击180w+、转化率7%

商品卡售卖12w单
单账户整体销量54w单

商品卡单量占比
整体单量的22%

物料	操作	曝光次数	曝光点击数	曝光转化率	曝光成交订单数
共11个图片		34,520,774	1,811,653	7.19%	129,194
	推荐	17,678,490	1,282,346	6.95%	89,146
	推荐	8,040,728	117,804	9.73%	11,480
	推荐	2,437,462	218,333	6.77%	14,842
	推荐	2,073,978	30,252	8.85%	2,435
	推荐	1,754,576	126,858	7.09%	8,538
	推荐	881,655	16,321	5.67%	909
	推荐	253,661	4,609	6.90%	324

利用商品全域功能，实现内容场&货架场协同曝光

全域策略：

投前起量：

主推商品优先试投，出价在系统建议出价上面降低5%~10%更快速起量

稳定跑量：

持续投放，数据稳定后保持预算充足，不频繁调整，调整间隔1小时以上

扩大放量：

多系列商品全量投放，每日素材更新，针对优质素材定期追投，扶持主力



10月标准计划数据：消耗10W+，曝光 179W，6000多单

10月全域计划数据：消耗70W+，卖出9万多单

消耗环比增长600%，单量环比增长1009%



单季度标准计划数据：消耗80W+，成交7万多单。

季度全域计划数据：消耗300W+，成交42万多单

消耗环比增长275%，单量环比增长500%

审核端-总结敏感词句进行优化和规避，提炼经验前置规避卡审点，提升账户健康度 通过前置审核规避，现在过审率已经提高到90%

广审号填写标准如下（具体审号以商品链接详情页为准）**（不加软水印 无法投流！）**

软性亲水接触镜

注册证号：国械注准20223160393 湘械广审（文）第250203-39103号

请仔细阅读产品说明书或在医务人员的指导下购买和使用

禁忌内容或者注意事项详见说明书

注意：视频最下方需加广审号，需要用清晰度高原始字体，广审号视频每帧都要加包括视频封面！



二、品牌背书（有选择性提到）

1. 源头工厂（例如瑞尔康高端线，厂家要根据每个品牌链接详情里来，每个品牌厂家不一样）：工厂拥有专业生产资质，是很多大牌美瞳的代工广**卡审词：“某德某前某道”，不得提及第三方品牌厂家**，生产工厂生产过程中全自动机械臂生产线，生产无误差更安心。

（优先选择：种草力更强）

2. 很多商场里面都可以看到xxx品牌的线下门店 **（优先选择：种草力更强）**

3. 拥有国家美瞳资质认证，链接主图里有 **（优先选择：种草力更强）**

4. 原料材质：非离子材质（视频文案非离子材质前面不要加：“高端”、“顶级”等形容词），佩戴更舒适，此材质比较适合干眼和敏感的人群。

5. 不掉色三明治工艺将色彩分子内面覆膜包裹在镜片材料中（不直接接触眼睛，不会银色）。

6. 品控：一摸一片（0磨损、0变形、0脱落）确保镜片光滑无损，度数更精准，卫生安全。

7. **商家需关注重点：商品链接主图不能有护理液和镜盒之类的赠品图景，不能有“推荐”两个字，商品主图里的视频也必须带广审的，详情页不要有过多的品牌销售数据描述、会员数量描述、门店数量描述等。**

三、投流视频卡审总结：

1. 拍摄画面

1. 不要穿低胸的衣服（露乳沟不行）；不要穿暴露比较多的（运动背心这种）
2. 不要用手指眼睛（指尖可以在下巴这边指个大概方向，但是不能离眼睛太近！！）
3. 不要遮挡左右眼来展示对比
4. 眼睛如果有很明显或者很多红血丝，可以延后拍摄，等眼部状态比较好的时候再拍

2. 卡审核点辛苦注意不要乱蹭！

1. 赠品 / 买一送一不可说，**包括护理液和眼镜盒都不能说** 因为卡审核 医疗器械不能作为 赠品
2. 线下价格可以口述，不能讲对比，不能出现价格图片 会卡审核
3. 是某某大牌美瞳同源**“某糖某啦某迪”** 也会卡审
4. 不能怂恿购买 比如热卖 爆款 hot 必备 必冲
5. “显白神器”、“性价比天花板”等超出医疗器械说明书功效范围内的描述。
6. 只能凸显拥有国家美瞳类资格证书，不能说国家认证美瞳
7. 蹭明星，例如“baby姐一戴就是7年”，此类文案投流会触发肖像权审核，基本过不了审，**此类文案可以微擦边，可以口述明星的名字，但不要加明星的照片和字幕，过审概率会高很多。**

降低达人合作成本

- **达人合作数量增加且成本降低66%**

差异化佣金投流达人高达100+，
佣金成本下降66%

自营爆款素材

- **瞳模内容采买素材转化率13%+**

通过打造瞳模采买自营爆款素材，
7个单品系列被打爆，自营素材的转化率高达13%

商品曝光提升售卖

- **商品卡曝光3400w+售出12万单**

商品卡助力单系列曝光3400w+， 售卖12w单

提升消耗+稳定ROI

- **投放日耗10万+， ROI稳定2+**

合作次月起日均消耗10W+
整体消耗1000万+， ROI稳定2+

生意突破， 提升GMV

- **季度单量突破100万+， 千万GMV**

季度单量100W+， GMV增长91%，
实现季度GMV3000万+， 成为美瞳新锐榜TOP1

品牌证言及反馈

品牌名



刘建明

Sweetcolor抖音运营负责人

运营团队在合作过程中专业极致，配合度高，消息响应及时，解决问题的思路也超前，原本我们的精力更多在达人，但是在该团队瞳模采买的策略下，帮我们把店铺自营素材这块打爆了，共卖了近50万单。让我们对创意团队自营素材的能力更加有信心，不管是商务，运营还是创意以及他们的各个支持部门都是非常专业的，在25年的合作中，双方一定会越来越默契，成为值得信赖的背靠背合作伙伴。