

# E-Commerce & Marketing Showcases

# Marketing Pioneer in Tmall



# First VR  
short video on Tmall

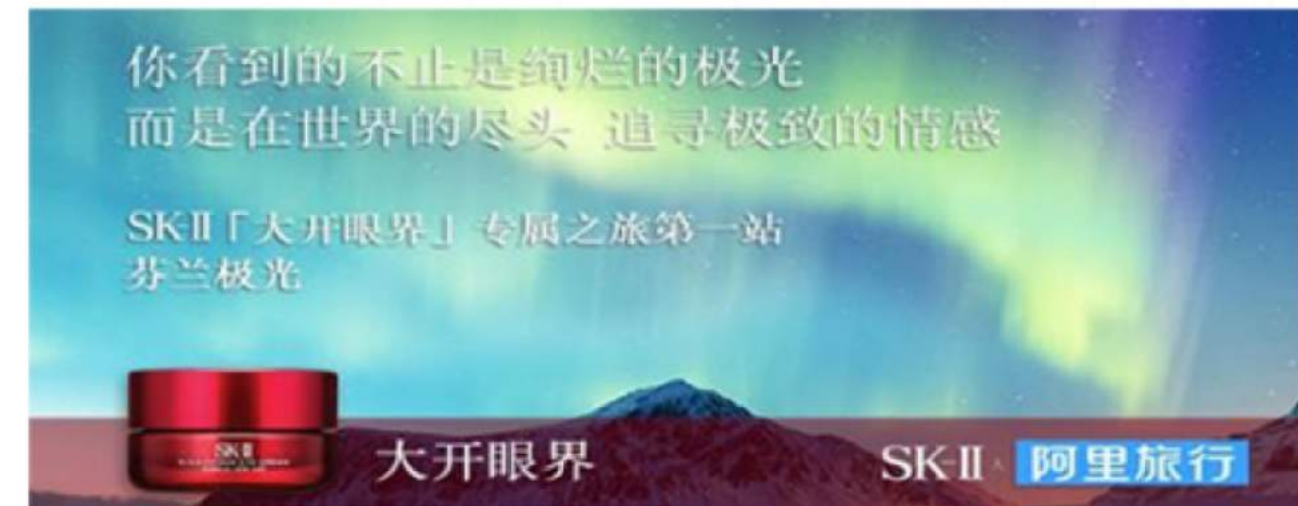


# First tailor made gift box between  
the celebrity and their fans

within 2 hours of Live Broadcast  
200,000 Comments 4,000,000  
“Like” Clicked  
1,000,000 Viewership  
No.1 viewed brand in Tmall Video  
Live Broadcast  
1M Sales



Tmall exclusive video >12million online viewers



Super brand day: crossover campaigns with Ali trip



# KOL Marketing Brand X KOL & Tmall Uni-Marketing Showcase

## OPI × No.1 KOL张大奕

Private & Confidential

### Wechat Moments reviews

30000+

### Theme Activity Forwarding

1600+



### Wechat Moments × KOL C shop



Live Broadcast  
Attract over 4.5M audience

- Numerous attempt to use KOL for marketing and Brand Exposure
- Showcase to link Marketing Exposure with Sales
- Multiple KOL Tmall store initiative to be launched



- Weibo KOL social and content marketing linked with Tmall sales conversion
- Build significant exposure and Achieved Nov 11 scale of sales

# Social and Content Marketing to Drive Sales and Build Fans Base

## MAC Tmall Launch Showcase

# 1

No.1 Online Make Up Brand

800,000+

Attract Over 800k Fans

12 Million+

Over 12M RMB Sales on Launching Day

50+ & 5M+

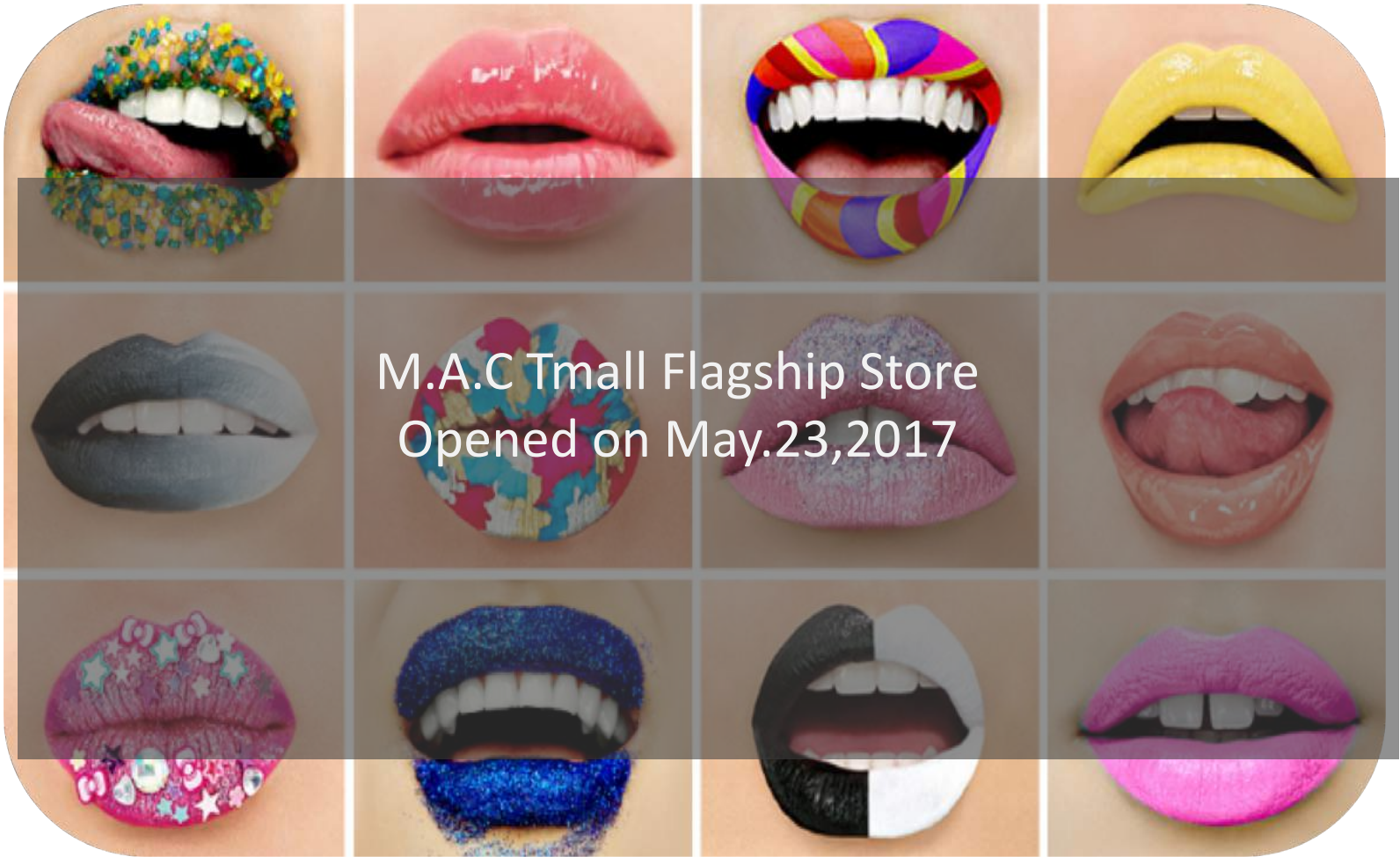
50+ live KOLs Attract 5M+ audiences during Launching Day

66,450+

Over 60k Lip Sticks Sold

500+ & 1.3M+

500+ Social Articles with over 1.3M reviews



Sales Driven from Content and Social Marketing to build fans base  
Not Driven by High Promotion offer

Private & Confidential



# Social and Content Marketing to Drive Sales and Build Fans Base

## Givenchy Tmall Launch Showcase



Private & Confidential

# No.1

## GIVENCHY

Enhance the Beauty

Set Another 3 Tmall Records! No. 1 in  
Store Opening sales - Traffic Driven - Category Sales

Opening Sales: 28,8 million 1000w+ vs last record

Traffic to Store: 4,600,000 Utilize all rounded resources  
for this sound-breaking result

Le Rouge Lipstick Sold: 16 million + /58,000 pcs  
Break the lipstick category highest sales record

Single day Conversion Rate \_  
2x higher than the premium luxury average rate

Fans Number : Reach 660k + fans on Mar 1st  
Single day accumulate 250 k + new fans



## 打造孵化小众品牌

### 打造小众品牌

307万+

7.29-8.28开业期间销售307万

200万+

826当天爆发200万

700万+

2016双11销量700万+

3,000 +

明星套装预售3000+套

4.29%

开业到至今店铺转化率高达4.29%



# 成功为小众品牌量身定制，整合平台社群资源

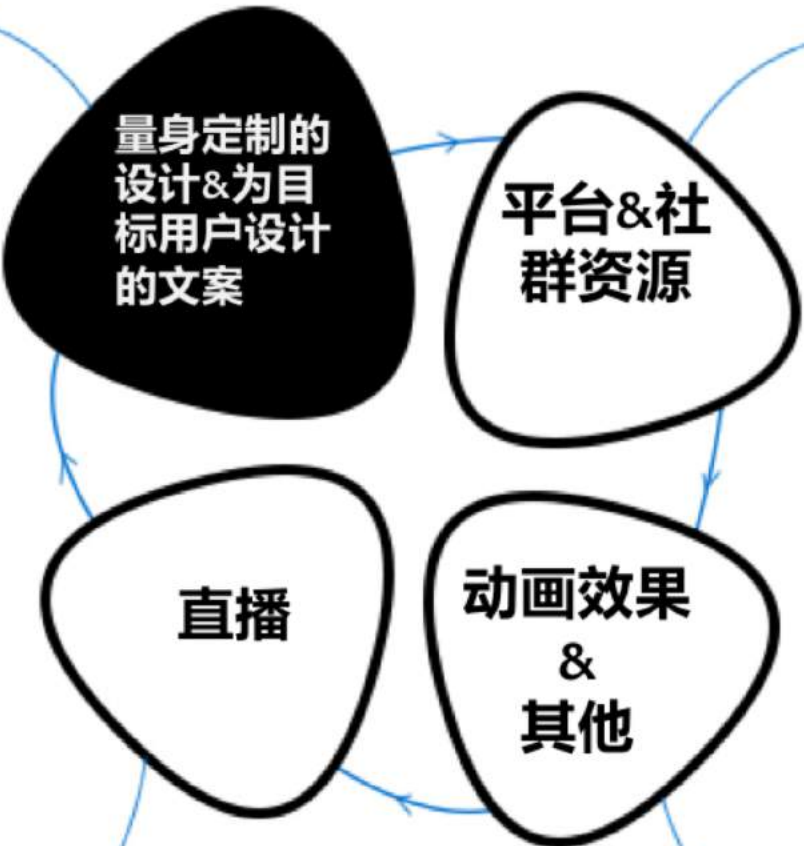
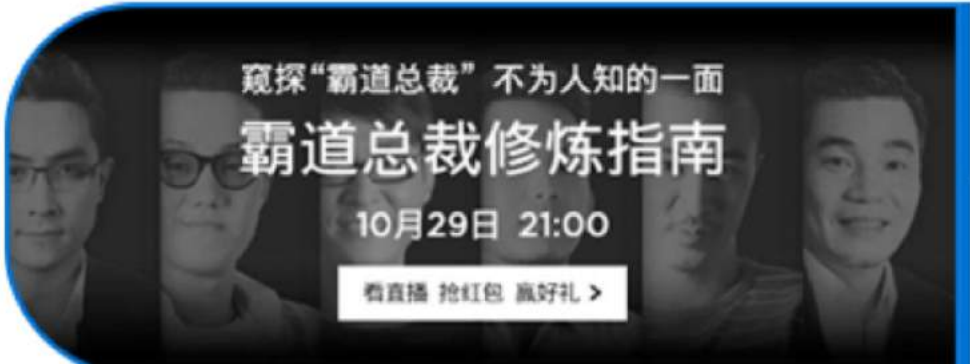
Private & Confidential

LAB SERIES  
SKINCARE FOR MEN



精致、简洁的冷色调页面  
目标客群定制话术

开业直播 在线观看人数**4.2W+**  
评论数**2.3W+**，点赞数**205W+**  
双11直播 一小时内**7.2W+**评论  
**433W+**点赞，每**0.5**分钟预定一单  
直播后预售成交增长**30%**



超级品牌日  
天猫美妆-海景房

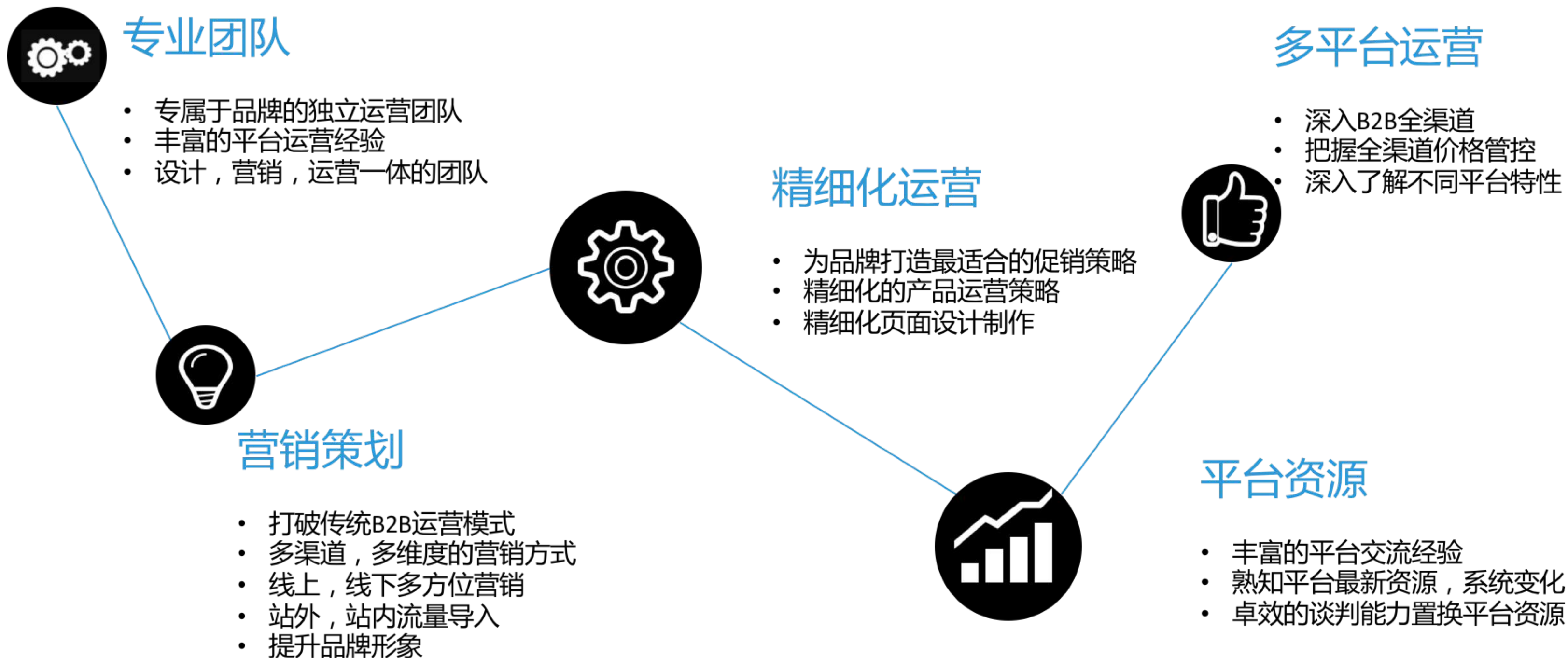
精美节日礼赠 严密页面引导逻辑  
明星套组10月21日当天预订件数**1972**件  
占双11总销售**21%**，购物车转化率达**70%**  
双11期间共销售**3000+**件





Private &amp; Confidential

## B2B运营关键点





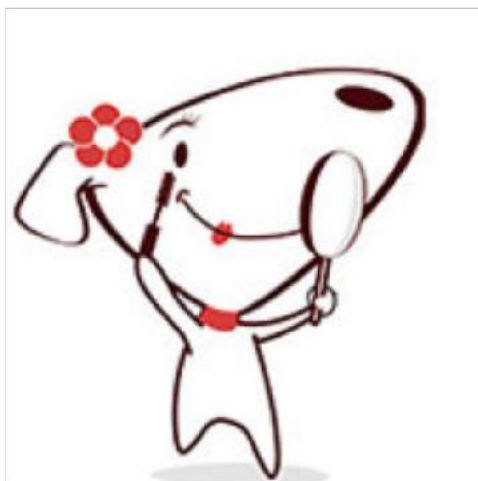
# UCO@京东-整合线上线下资源

Online



Offline

## 京东美妆



### 秒杀 站内UV TOP1

三次售罄  
单个SKU产出50w



### 闪购 站内UV TOP2

闪购转化 $\geq 8\%$   
单个SKU产出70w



### 星联 美妆 × 母婴

跨品类招新  
销售额增长300%  
PV增长400%



### 线下Campaign 落地京东

药妆品牌形象树立  
平台大促资源置换



### 京东之家 O2O销售模式





# UCO@京东-引领药妆馆为品牌获取最大程度曝光资源及流量坑位

京东药妆馆

药妆粉丝福利日

专业 / 正品 / 速效



**通过药妆护肤品用户关心的细分肌肤问题给到专业皮肤意见及产品推荐，提高用户对自己肌肤准确判断提高购买**

**Tips:**

如果你也正在饱受这些问题肌肤困扰，请跟随“京东药妆馆”展开肌肤诊断呵护之旅

药妆聚焦皮肤问题，专业性强，成分温和已成为问题肌肤的护理“新宠”  
下面请对应自身肌肤状况，寻找你的护肤专属「MR. Right」吧

敏感肌

换季敏感 常态敏感

每逢气候转换、温差悬殊大或闷热潮湿之季节，许多人常会发生皮肤过敏的现象

肌肤发出缺水信号

89%火山温泉水  
肌肤水润澎湃  
温和补水 持久保湿  
薇姿89火山能量瓶50ml

痘痘肌

青春痘/成人痘

卸妆不完全都有可能致粉刺产生

皮脂过剩堵塞毛囊

Micelle科技配方  
高能水减少刺激  
温和卸妆 呵护敏感  
贝德玛舒妍多效洁肤液500ml

¥169 立即抢购 >

京东

LA ROCHE-POSAY 理肤泉

“敏感肌！新生活”  
药妆护肤 无惧问题肌  
低至每满298减100  
4月18日-4月21日

明星盛赞 口碑单品

一喷即缓春日敏感肌

- 补水保湿
- 舒缓调理
- 修护微损伤

**以理肤泉为牵头的京东药妆馆日常联促，争取品牌及主推产品露出资源提升产品销售**



# UCO@京东-薇姿线下活动

## 2018.03 蝴蝶节 薇姿能量日线下活动

### 薇姿89 火山能量之旅

“薇姿89” 现场  
高能派样机  
体验火山能量

morning call 活力风拍  
照区  
朋友圈传播享体验装

专业药妆肌肤  
咨询  
定制护肤方案

关注即有好礼  
京东员工特别正装  
福利

蝴蝶节资源位增加**150%**  
当天销售额增长**212%**  
店铺粉丝数量当天增长**1500+**  
蝴蝶节获得免费自提柜资源（价值2w）

置换



Private & Confidential



# 唯品会联促形式创新-高端美妆品大牌面对面联促，联动引流精准客群



**大牌whoo与sum:37联合促销发起大牌面对面活动，有效吸引高端美妆品精准人流，并有效精准联动：**

- 品牌相互带入优质和精准的客群
- 产品之间做对比PK，使受众更明确品牌核心

**Performance：**

- 良好的入口和whoo的品牌效益，使得su:m37°该场uv与日常相比提升200%
- 转化率提升60%，达到品牌开业最高
- 销售额也为日常销售的3倍



- 美妆类目TOP1资源位
- 品牌专属入口均排在TOP20



- 差异点 x 利益点 > 提升产品记忆和传播点，迎合用户多样需求



## 唯品会内容营销创新-深耕话题性内容

1月24日

1月25日

1月26日

1月27日

1月28日

1月29日

一周  
美美

春节联欢特辑

30天女神养成计

乐享中国美  
共享幸福年

最高满298减80

JAN 24th

星期三

宜

“全方位护肤”

今日美妆关键词

活力能量少

一周  
美美

春节蜕变特辑

30天女神养成计

报！开运年礼到  
这里盒盒妆满美

最高满169减80 上不封顶

JAY 26th | 星期五

宜

“新年开运妆”

今日美妆关键词：

妆来运转

星级大牌-理肤泉

FAMOUS BRAND

[★] 星级大牌 唯品美妆

Beauty

LA ROCHE-POSAY  
LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE  
理肤泉

满200减50 上不封顶

[大牌钜惠]  
DISCOUNT

通过内容化与更具可阅读性的主题设计与文案呈现，帮助品牌“一周美美”栏目在当日档期获得高流量与相应转化。



30天女神养成计

**本色当红 耀绽新年**

至高买正装送正装

Feb 6th | 星期二

**宜**

“奢宠美肌”

今日美妆关键词：

**明星同款**

Super 今日限时购

|   |  |   |
|---|--|---|
|  <p>230ml x 3件组合   新年限量礼盒</p> <p>限时价 <b>¥1370</b></p> |  <p>李宇春明星同款   新年限量礼盒</p> <p>限时价 <b>¥1210</b></p> |  <p>150ml x 3件组合   新年限量礼盒</p> <p>限时价 <b>¥1070</b></p> |
|---|--|---|

查看更多 >

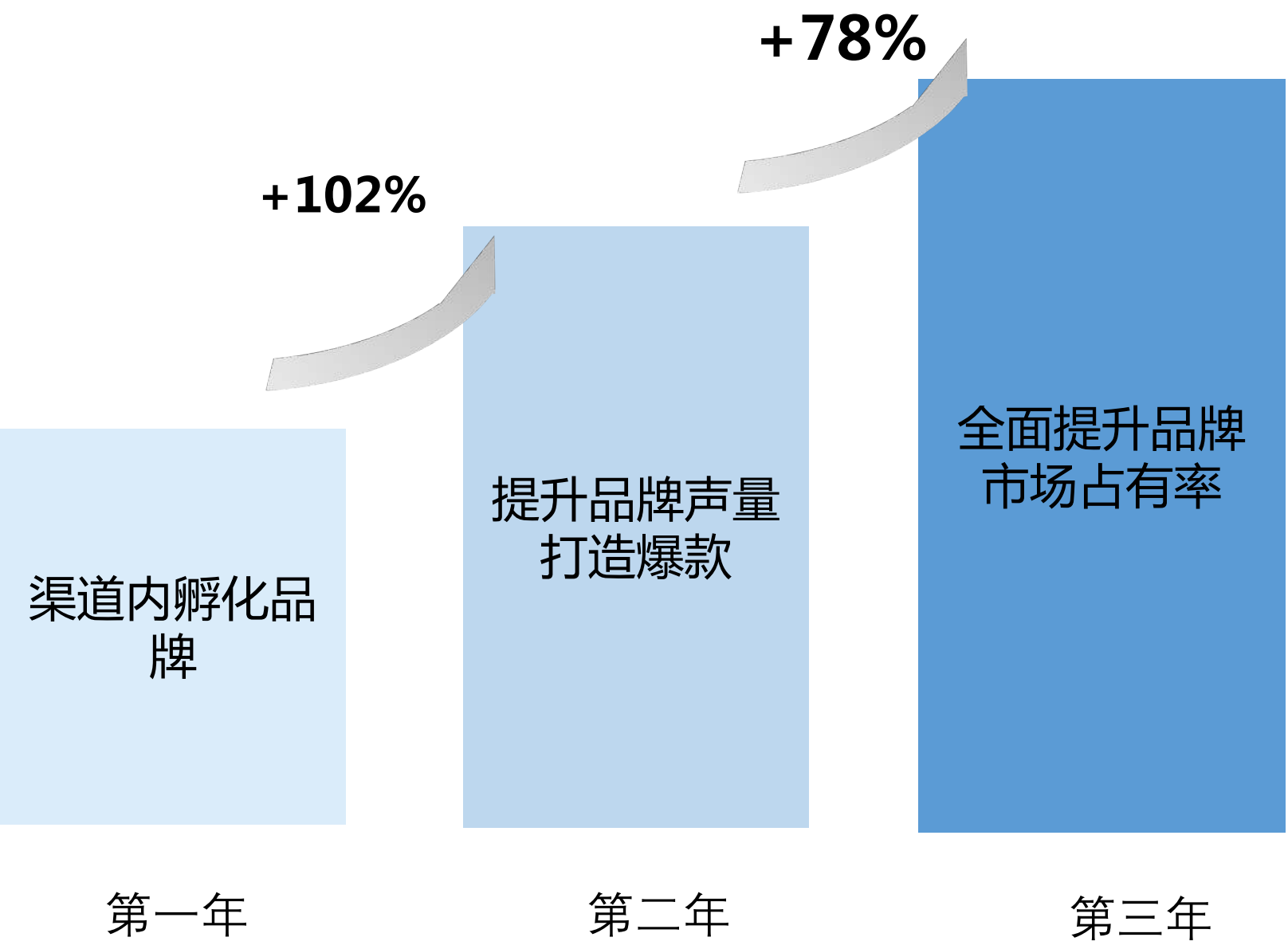


**至美开运红**

—— 礼赞焕新颜

以梦想，撰写新一年  
 红色运身传递着  
 对新一年的至美祝愿  
 SK-II 愿此新年所有女性  
 在未来继续  
 勇于改写自身命运  
 书写崭新的人生篇章

# 唯品会-蒂佳婷 品牌运营3年策略



Private & Confidential

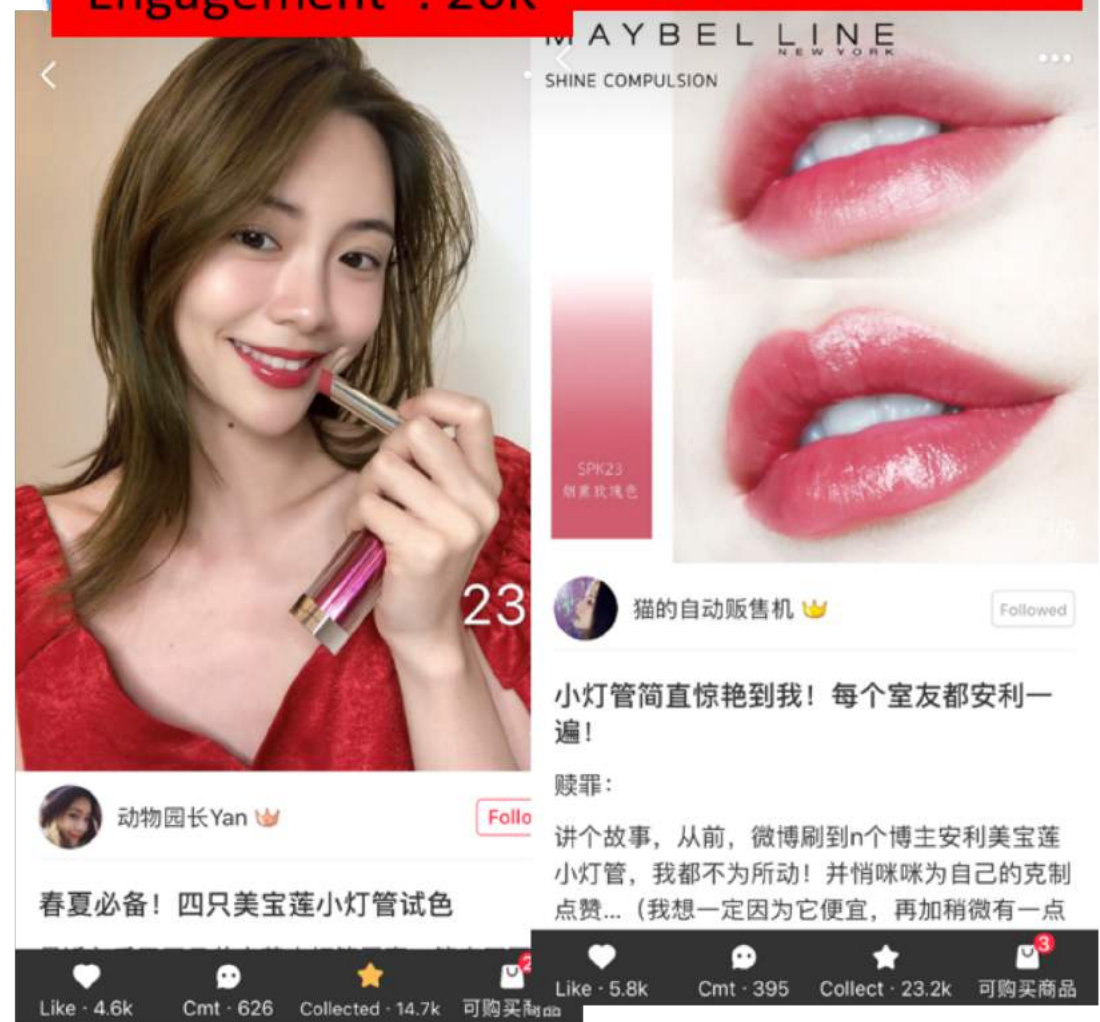


# 小红书爆款打造-薇姿M89&美宝莲小灯管唇膏

Private & Confidential

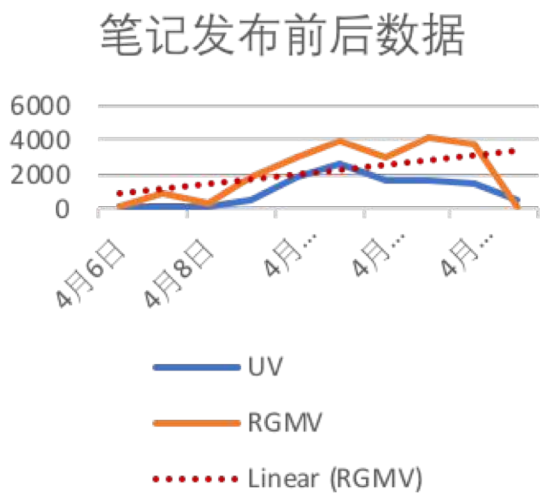
| ID        | 粉丝      | URL   |
|-----------|---------|---|
| mimu la   | 396,000 | <a href="http://www.xiaohongshu.com/mobile/profile/index?oid=user.5880e5da82ec3916b94684e4">http://www.xiaohongshu.com/mobile/profile/index?oid=user.5880e5da82ec3916b94684e4</a>   |
| nirvana 李 | 35,000  | <a href="http://www.xiaohongshu.com/mobile/profile/index?oid=user.5482bad5d6e4a9695d691fff">http://www.xiaohongshu.com/mobile/profile/index?oid=user.5482bad5d6e4a9695d691fff</a>   |
| 西瓜嘴嘴      | 649,000 | <a href="http://m.xiaohongshu.com/user/profile/5a03abe44eacab0ed844319f?appuid=5a02897fe8ac2b6e94f74da9&amp;apptime=1514592476&amp;xhsshare=CopyLink">http://m.xiaohongshu.com/user/profile/5a03abe44eacab0ed844319f?appuid=5a02897fe8ac2b6e94f74da9&amp;apptime=1514592476&amp;xhsshare=CopyLink</a>               |
| 古月yuel    | 117,000 | <a href="https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5549aa50a46e9615c9b60e467xhsshare=WexinSession&amp;apptime=1522736944&amp;appuid=59a631d46a6a6958f5689d9c">https://www.xiaohongshu.com/user/profile/5549aa50a46e9615c9b60e467xhsshare=WexinSession&amp;apptime=1522736944&amp;appuid=59a631d46a6a6958f5689d9c</a> |

Engagement\*: 20K Engagement\*: 29K



线下发布会：  
经过薇姿线下组织的M89号能量瓶发布会，引导KOL在小红书上发笔记大大提升新品的知名度，带动品牌知名度提升

- 月度销售额提升10倍
- 发布会后关于薇姿89共有增加至131篇笔记
- 粉丝增长从每日平均20—80+



优质KOL合作：  
美宝莲小灯光唇膏，在优质KOL发布笔记后，UV与销售发幅提升，笔记发布5天，spk23色号售空

- 笔记单篇参与度超20K
- 发布笔记当日销售↑ 497%，2日后销售↑ 945%
- 发布笔记当日UV↑ 373%，2日后销售↑ 1852%
- 搜索增长率为小红书彩妆大盘TOP3

KOL笔记发布

发布会场景图





## 小红书贝玲妃社区帐号：笔记的参与度远高于微博帖子

14 Feb-6 Jun：

- 65 篇笔记
- 2.2k 新增粉丝
- 8.7k 个赞；
- **4k+ collection on one note**；
- 一篇笔记被小红书官方账号转发；
- 3篇笔记得到小红书官方账号的赞
- 与明星以及 KOLs 的多样化互动；
- 紧跟热点话题，进扣品牌活动与销售策略
- 打造品牌知名度 圈粉 种菜 与 收割

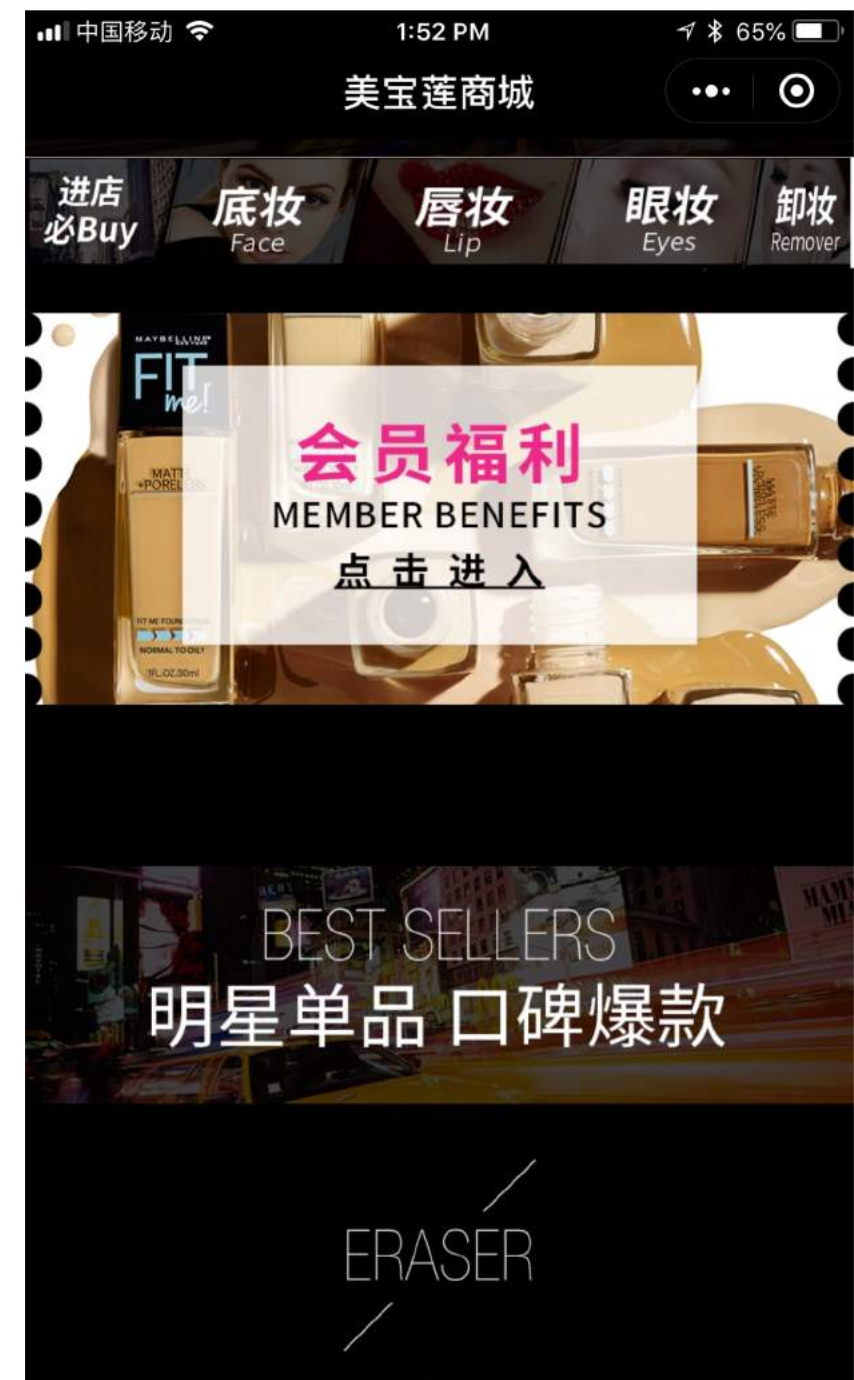
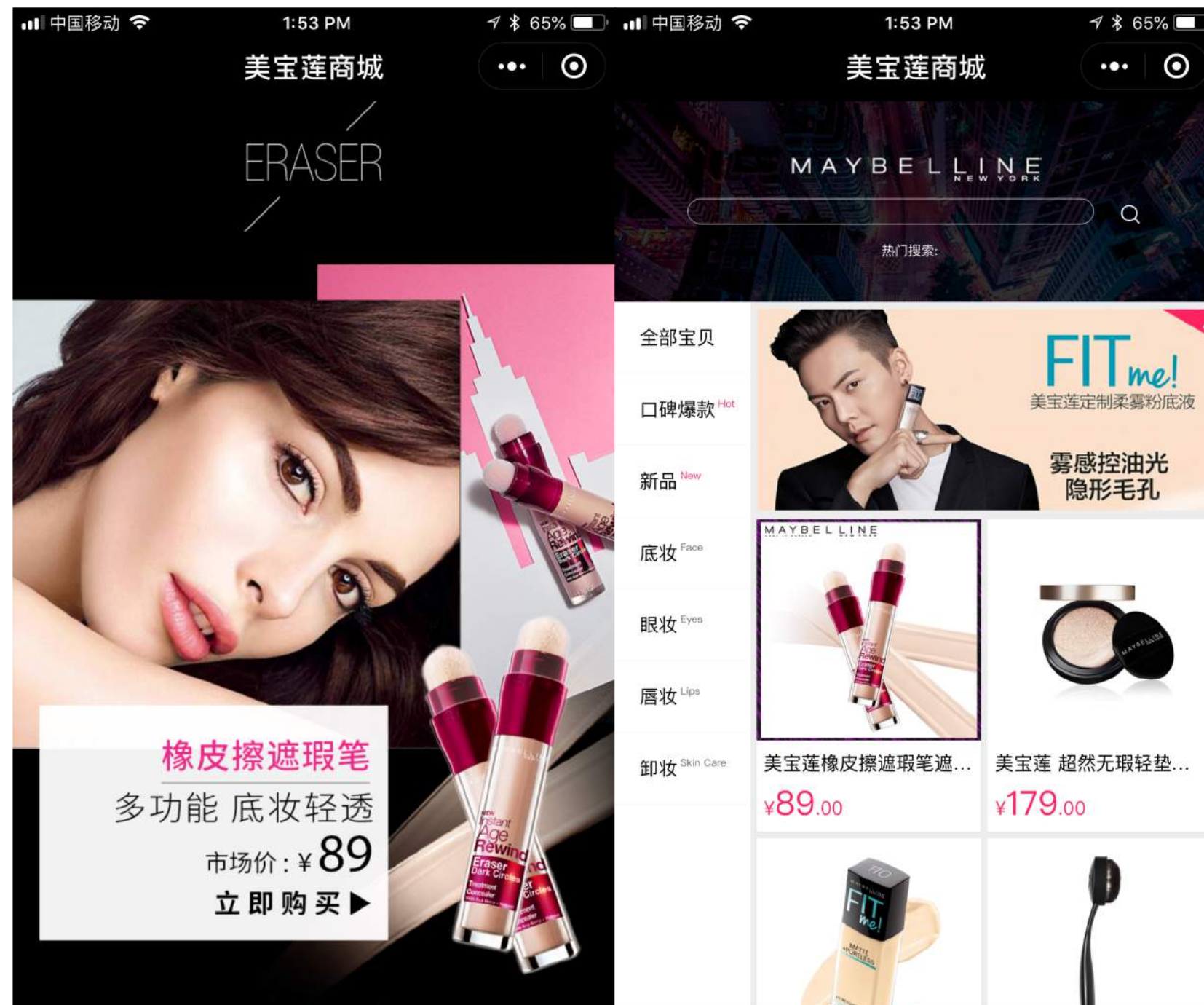
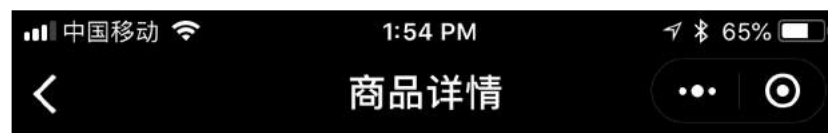
Private & Confidential





# Wechat Store

Private & Confidential



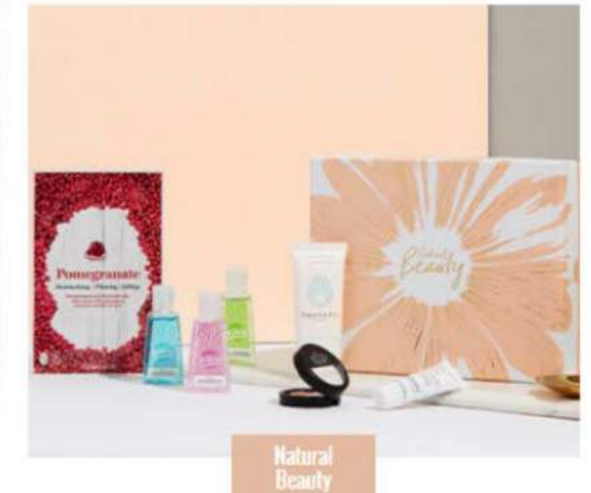
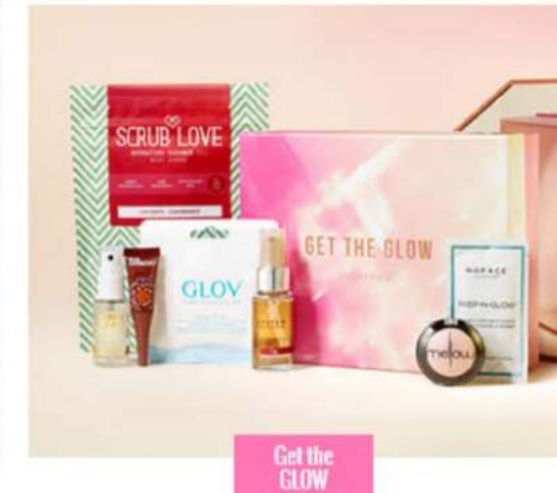


## 3 Telecom MO Beauty Box

Private & Confidential

3 Telecom is one of the largest in **Hong Kong** and in the region they cover, such as **UK, Vietnam and Indonesia**.

3 Telecom is going to launch various value added services (VAS) bundled with their aggressive data plan to acquire new **Young Users** aggressively. One of the VAS MO Beauty Box will provide beauty product samples for end users valued at around HKD50-100.



## Proposed Business Collaboration

# Cross – Over

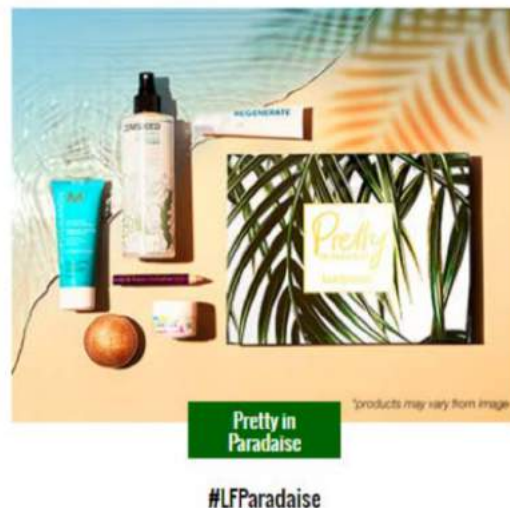
# Sampling Distribution

# Gain Product /Brand Awareness

# E-Coupon Distribution (O2O marketing )

# Customer feedback collection by Voting in the App

Currently 3 Telecom HK has **1Million+** users and their target is to expand this to **3M users** with the attractive offer.







# THANK YOU !

薛雨欣

Nancy Xue

BD Director

☎ +86 188 1880 6866

☎ +86 571-87354625

✉ nancy@uco.com



扫一扫二维码，  
了解更多悠可讯息



扫一扫二维码，  
加入UCO美星人

UCO 悠可  
.com