

新
营
销

新
洞
察



Edwin Song

2小时售出9000件，平均3秒销售1件。



1990年上海第一百货展销名牌产品 - 荣获首届羊毛衫一等奖的上海玉兔牌印花羊毛衫

2分钟售出1000件，平均0.1秒销售1件。



20:08 0.34% 黎贝卡的异想世界

黎贝卡的异想世界

因为今晚10点就正式开售了，我先不多说了。想了解更多品牌故事和介绍，可以直接点击我们的小程序，或者最后的阅读原文链接~



爱你们，明天见：)

Look1：粉色羊绒衫+白色阔腿裤

先来说说我喜欢的羊绒衫吧。

这件藕粉色羊绒衫的颜色是我精挑细选了很久才决定的，很浅的粉色，有点偏香芋色，粉而不腻，穿上身又不失温暖感。款式是我最爱的oversized大圆领，更容易穿出时髦感。我特意找了好几个大胸的朋友来试，她们穿上身也不会觉得臃肿。▼



X

我的衣橱|| 怎么用基本款单品提高衣橱利用率

原创：黎贝卡 黎贝卡的异想世界

2017-12-19

大家好！半年一度的“我的衣橱”栏目终于又和大家见面了。

哈哈，很多人以为我已经放弃这个栏目了，毕竟距离上次发“衣橱”已经有小半年了。并不是因为我懒，而是因为这半年，一边要坚持公众号日更新，一方面筹备同名品牌耗费了大量的精力，真的分不出身来拍拍拍。所以今天这期有点特别，因为里面大部分的单品都来自我们的自创品牌，“黎贝卡的异想世界”。

是的，它终于跟你们见面了~



2017年黎贝卡的异想世界推出同名品牌，并在小程序“黎贝卡Official”开卖。

集体围观

注意

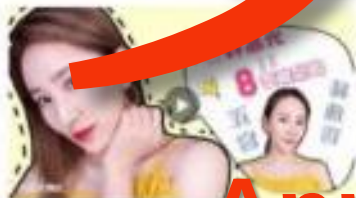


Attention

深耕种草



赞



Appeal



病毒传播

转弯

Action



瞬间引爆

评

Advocacy



人气抢购

激



Activation

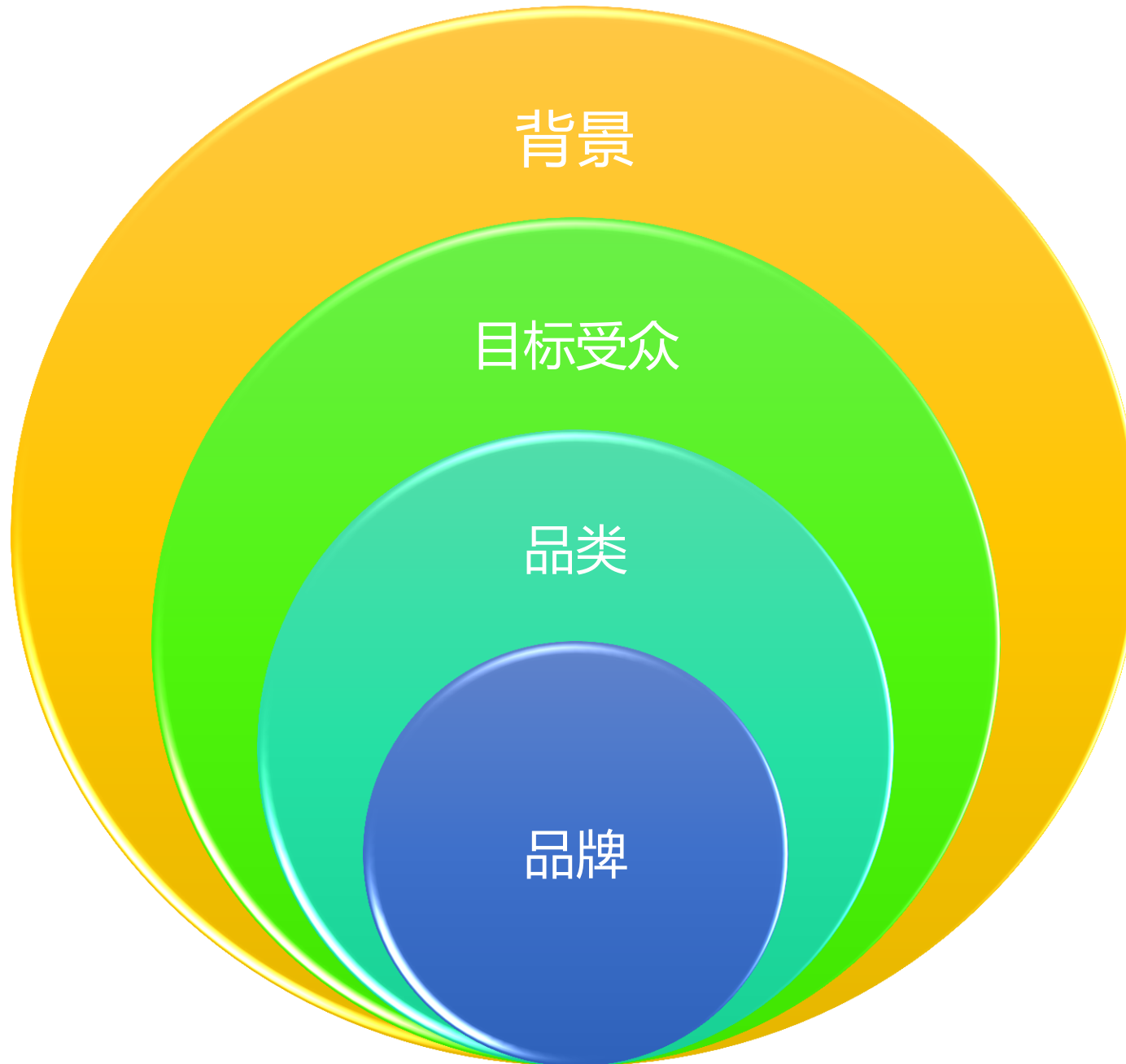




KOL经济的5大构成
流量+内容+粉丝+社群+电商

A pop art style illustration of a woman's face. She has blonde hair and is looking towards the left. A speech bubble originates from her mouth, containing the text '斩男色'. The background is red with a white polka-dot pattern. The woman's face is rendered in a stylized, high-contrast manner with bold black outlines.

斩男色



- 新品宣传
- 预算有限
- Agency推荐了10名KOL

- 核心：80-90后
- 炫耀自我个性
- 关注时尚潮流

- 彩妆
- 口红
- 斩男色

- 知名品牌X
- 以彩妆为特色
- 缺乏鲜明形象

大老板说上次用的那批还不错，这次采用她们，尤其是杨幂，是老板的偶像。

但是KOL更新得也很快，上次用的未必这次也照样能用得上。

到处都是KOL榜单，到底怎么挑！？

痛点1



基于5A的排行榜单

InsightWorks
极 速 洞 察



15个社交媒体行为指标

InsightWorks
极 速 洞 察
SocialQuest
商情大数据监测平台

仪式感体验
大剧大综



集体凑热闹
大V大热



闺蜜八卦
经验分享



熟人朋友圈
干货共享

小红书

碎片化娱乐
小段小鲜



集资讯，娱乐、社交、购物

做品牌策略的小刘老是投诉KOL不好，个性和品牌调性不合拍。

痛点2



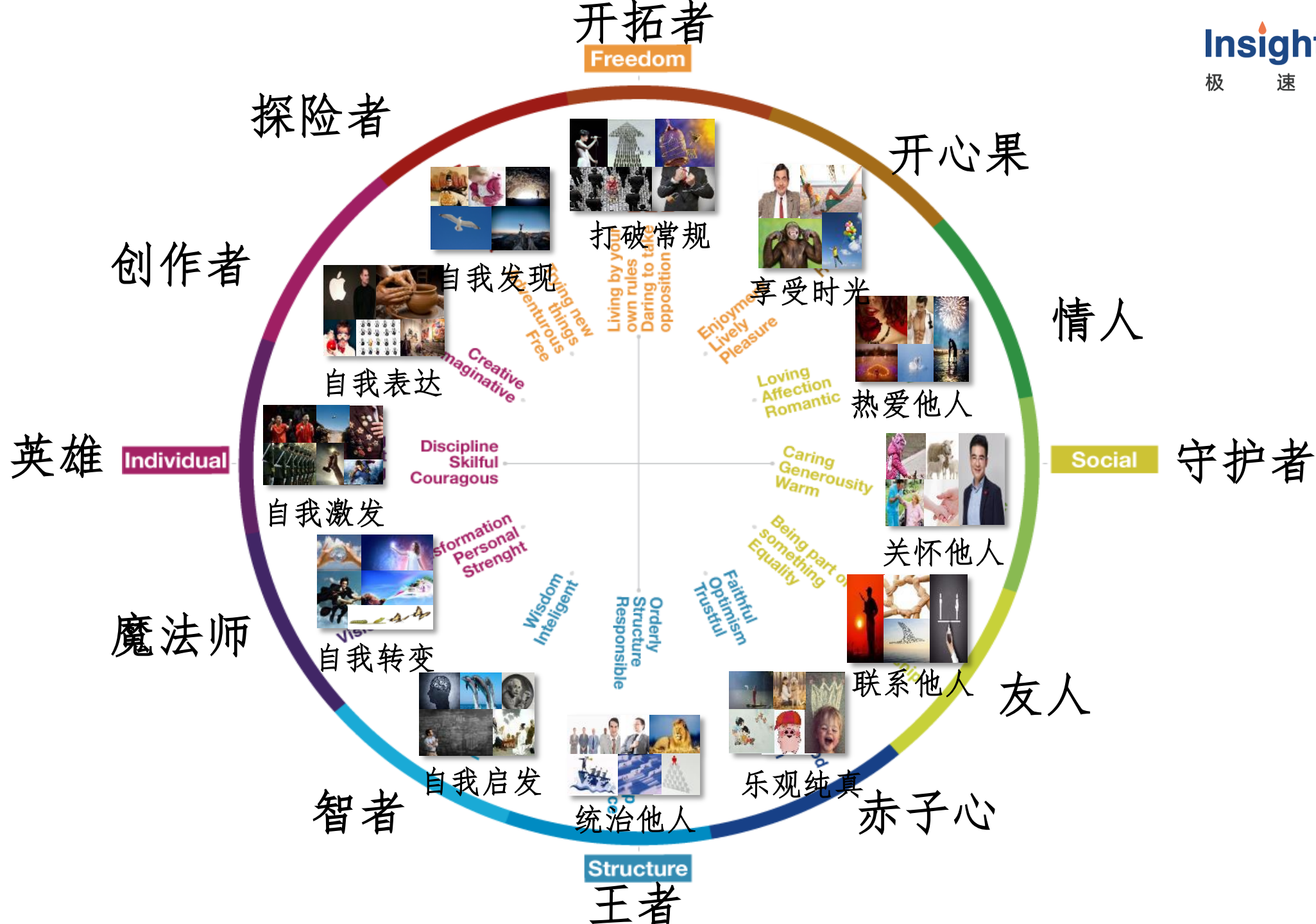


6个品牌态度指标

InsightWorks
极 速 洞 察

Mobile Panel

在线访问系统



KOL-品牌X 形象联想



Insight Works

极

察

高品质



时尚潮流



独一无二



奢华



性感诱惑



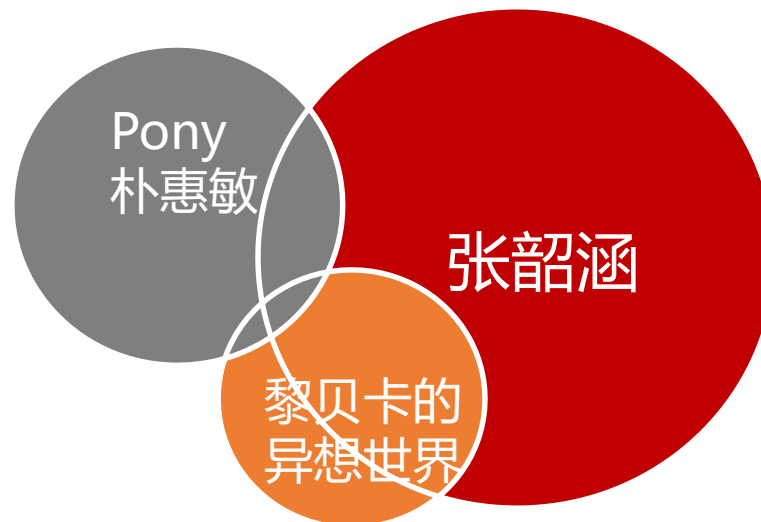
以前用过好几个KOL，结果全曝光的同一批粉丝。老板说这钱花的真冤枉！

我想看这三位KOL的组合曝光效果，能不能像做媒体曝光一样给看覆盖，用来做优化！

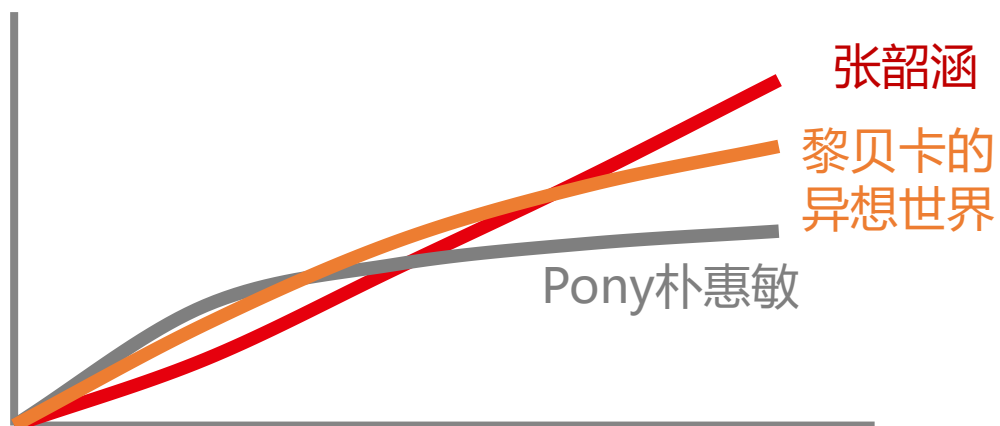
痛点3



粉丝重叠情况



圈层传播效果



KOL费用



Digital team问我如何去判断KOL campaign是否能瞄准
品牌X的目标消费人群?

痛点4





TA受众传播影响指标

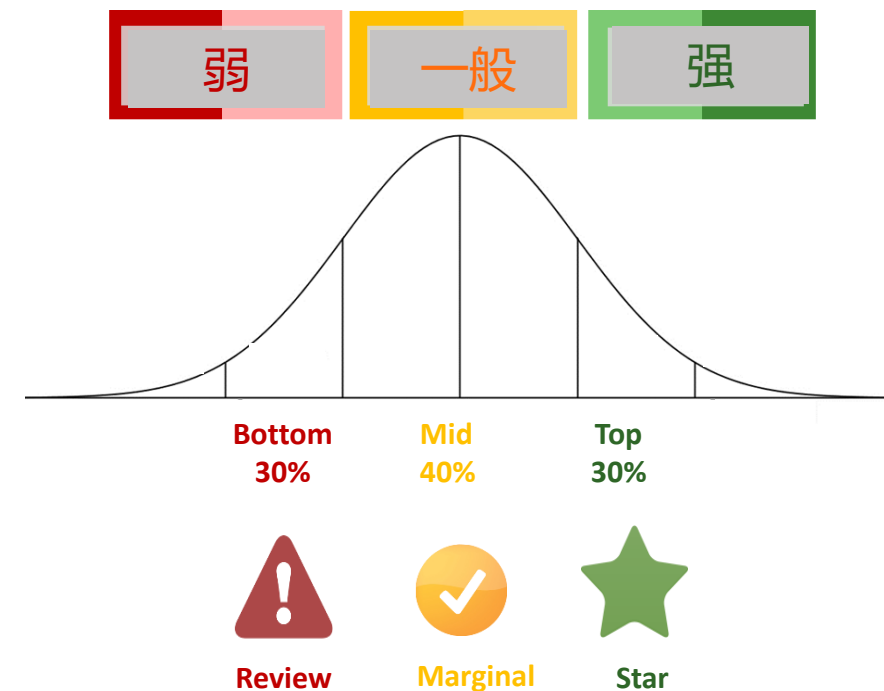
InsightWorks
极 速 洞 察

SocialQuest + MobileQuest

商情大数据+行为小数据监测平台

品牌X的TA粉丝传播影响力指数

18-29岁女性彩妆使用者:



电商部老是质疑KOL campaign的销售效果，有没有办法知道？

痛点5





TA受众传播影响指标

InsightWorks
极 速 洞 察

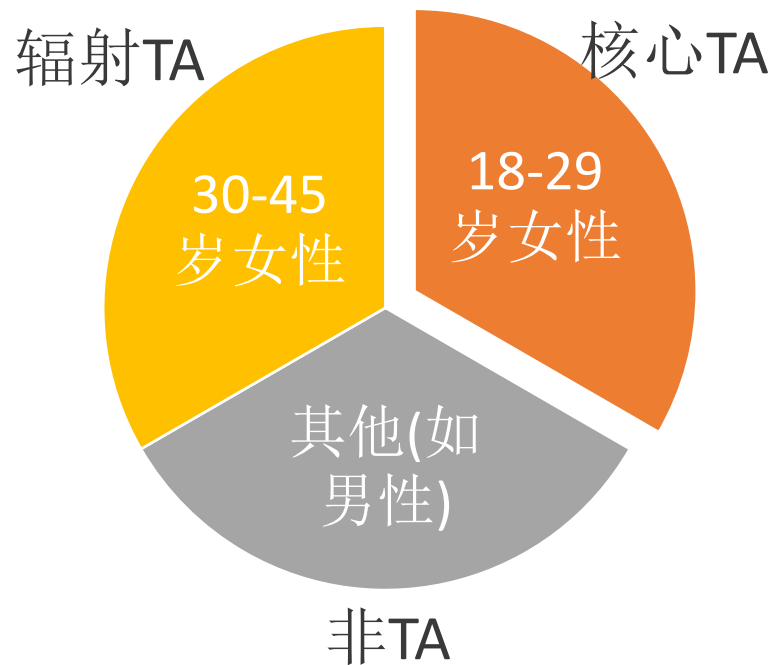
SocialQuest + MobileQuest

商情大数据+行为小数据监测平台

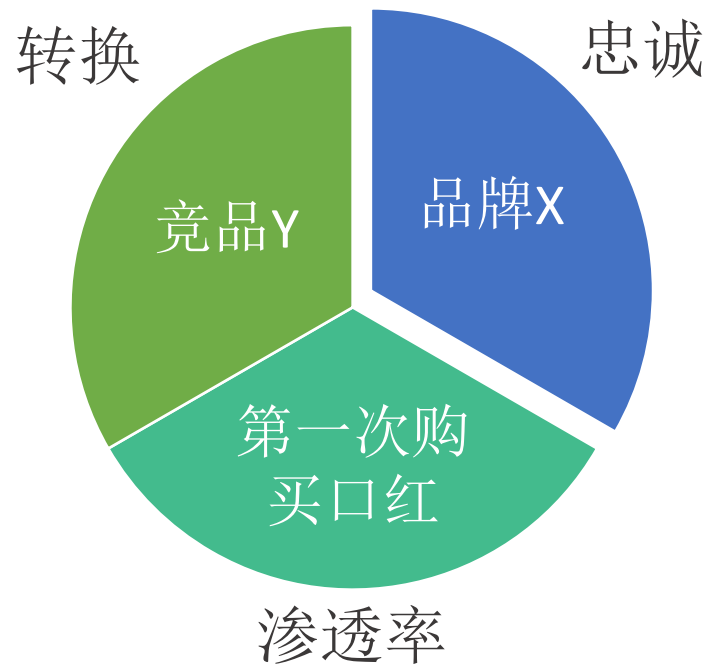
品牌X的KOL活动评估

- TA在活动前后，品牌偏好提高27%
- 在品牌X活动曝光人群当中，15%转化购买
- 购买品牌X的人群特征如下：

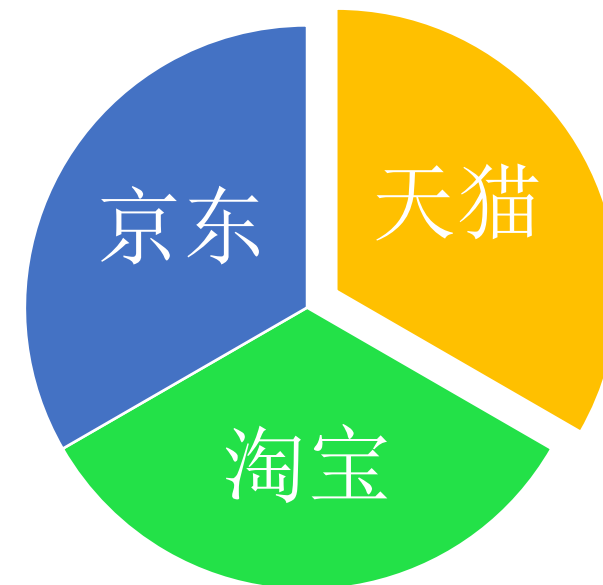
人群特征



偏好品牌



购买渠道



KOL洞察的5大启示

1. 榜单提供初步的筛选
2. KOL的个性和品牌调性要同频
3. KOL间的曝光重叠没有好坏之说
4. TA粉丝的传播影响力决定活动的成功与否
5. 活动的评估表现不仅仅是品牌形象提升或产品转化，背后原因能帮助改进以后的活动



大_{场景} + 小_{场景} + 小_众 + 大_众
流量 + 内容 + 粉丝 + 社群



InsightWorks
极 速 洞 察

一面数据 一面洞察

Data

Insight

技术驱动，数据共生，洞察聚合

