

EXCELLENT BUSINESS
CASE REVIEW

REDCASE 第三赛季

可糖 x 小红书

涅槃重生，大女主的「出」红海记

小红书

MARKETING

可糖 x 小红书
涅槃重生，大女主的「出」红海记

BACKGROUND

项目背景

PART
ONE

MARKETING

小红书的美瞳赛道，医疗健康行业的「卷王」

用户诉求的「卷」

美瞳2.0时代
「舒适+美貌」

舒适成为硬门槛，
被动拉升产业的升级，
品类门槛变高

政策监管的「卷」

三类医疗器械
营销方式受局限

2021年3月后，官方政策
出台引导行业方向变化，
明星提及词减少55%

业内竞争的「卷」

新品牌新产品
用户喜新厌旧养成

新锐美瞳品牌的用户重合度60%+
没有持续的上新&营销动作，
用户会转向其他品牌

项目背景

BACKGROUND

可糖，一个命运多舛的美瞳界女配

CoFANCY 可糖
SEE A (FANCY) WORLD

2019

品牌成立
长期处于美瞳的腰部梯队

2022

融资&新品 双重滑铁卢
导致品牌预算收紧，
营销动作变得更谨慎

2023年

如何才能扭转颓势，
重新进入用户的视野，**帮助品牌出圈？**

项目背景
BACKGROUND

联名跨界合作

成为可糖女配翻身的唯一选择

如何弯道超车，
从**红**海中脱颖而出？

项目背景

BACKGROUND

反套路三部曲，帮助品牌成功逆袭卷出「红」海

【人群】反套路

行业
抓新手

可糖
打老人（资深美瞳控）

【选品】反套路

行业
自然系+小直径

行业
夸张大直径

【打法】反套路

专注一件事做好KFS
从小做起，低成本撬动大赛道

小红书

MARKETING

可糖 x 小红书

涅槃重生，大女主的「出」红海记

MARKETING
IMPLEMENTATION

营销实施

PART

TWO

MARKETING

反套路三部曲，帮助品牌成功逆袭卷出红海

【人群】反套路

行业
抓新手

可糖
打老人（资深美瞳控）

【选品】反套路

行业
自然系+小直径

行业
夸张大直径

【打法】反套路

专注一件事做好KFS
从小做起，低成本撬动大赛道

为什么要反套路?



二次元 X moody



可爱风 X 拉拜诗



红森动物园 X 视客

只有 **反套路** ， 才有机会杀出重围

营销实施

MARKETING IMPLEMENTATION

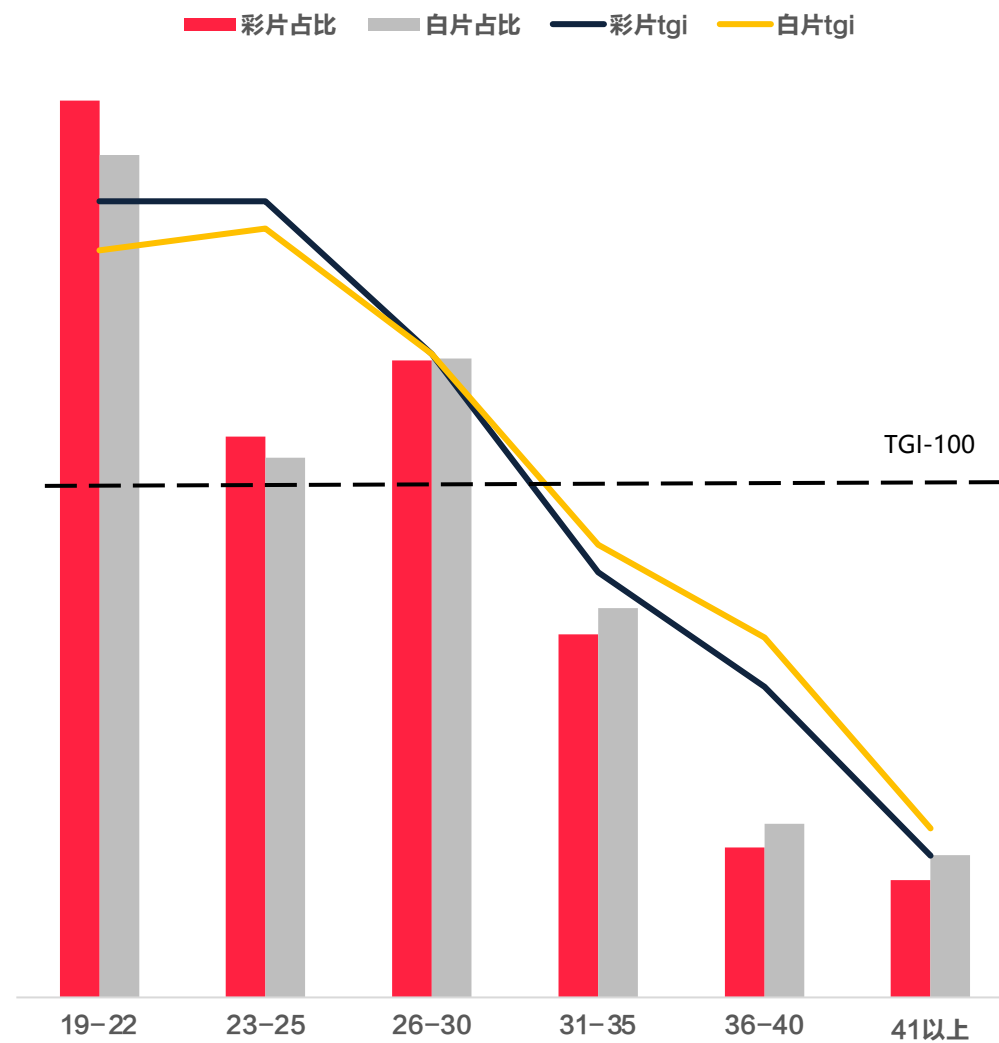
【人群】反套路

【选品】反套路

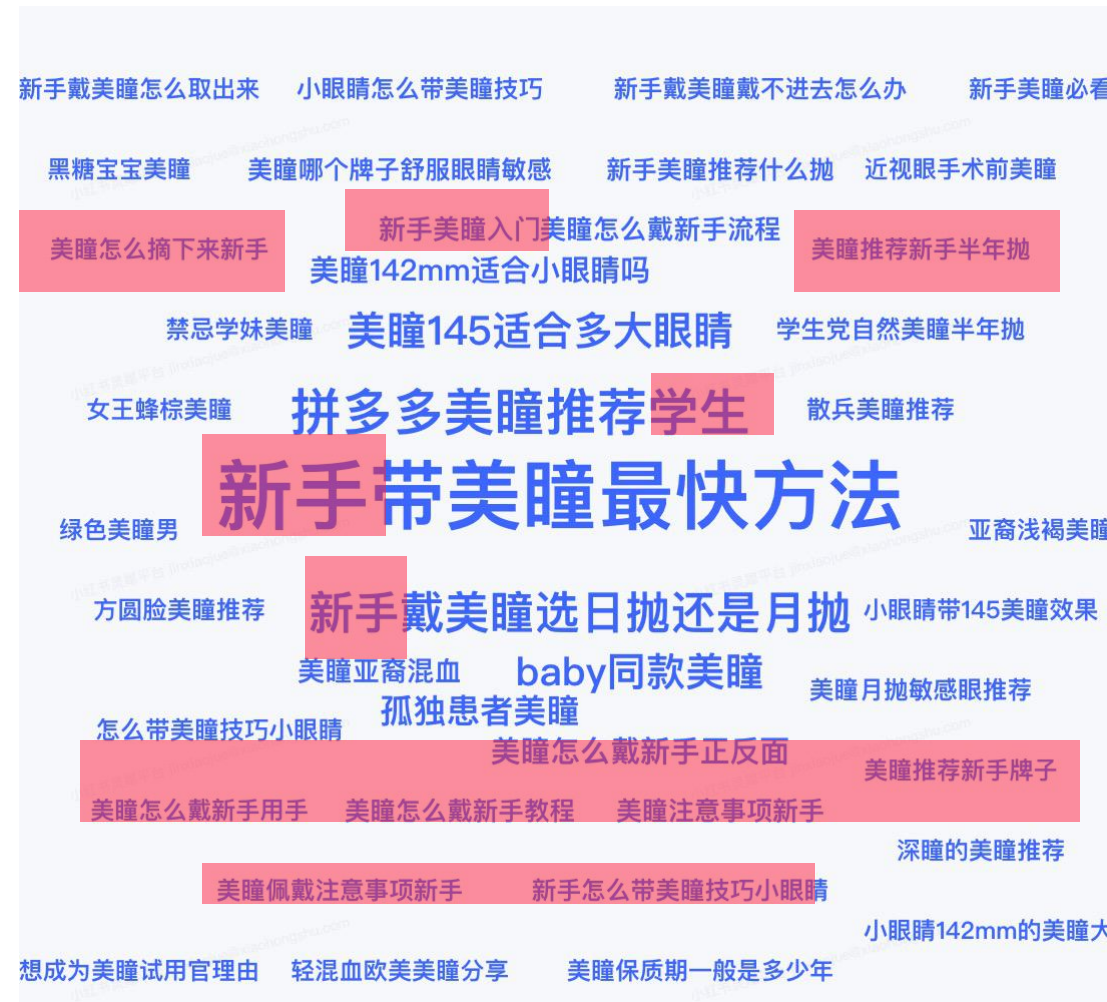
【打法】反套路

域内1.2亿隐形眼镜用户，<22岁的年轻用户占比超三成 当友商都在关注新手人群的美瞳需求时，我们想去争取「美瞳老手」

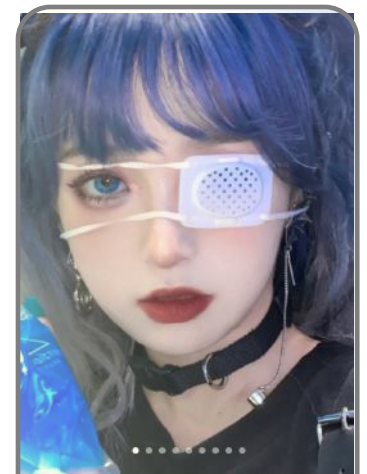
隐形眼镜人群年龄分布



23H1 美瞳热搜词-人群属性下词云



CoFANCY 可糖
SEE A (FANCY) WORLD



纯女性美瞳用户

资深
美妆控

*数据来源：小红书数据系统220501-231110

营销实施

MARKETING IMPLEMENTATION

【人群】反套路

【选品】反套路

【打法】反套路

「美瞳老手」 偏爱国产新锐品牌、喜欢尝鲜，但对「产品」有高要求



纯女性美瞳用户

资深
美妆控

平台偏好

TOP1

小红书是内容心智第一平台
依赖小红书完成看内容-种草-分享全流程

76% 上眼实拍

64% 美妆博主完整妆容

48% 分享体验

品牌偏好

34% 偏爱国产新锐

首选的彩片品牌TOP3为moody、可啦啦、拉拜诗

购买偏好

TOP1

淘宝/
天猫

TOP2

小红书

品类投入:

43%

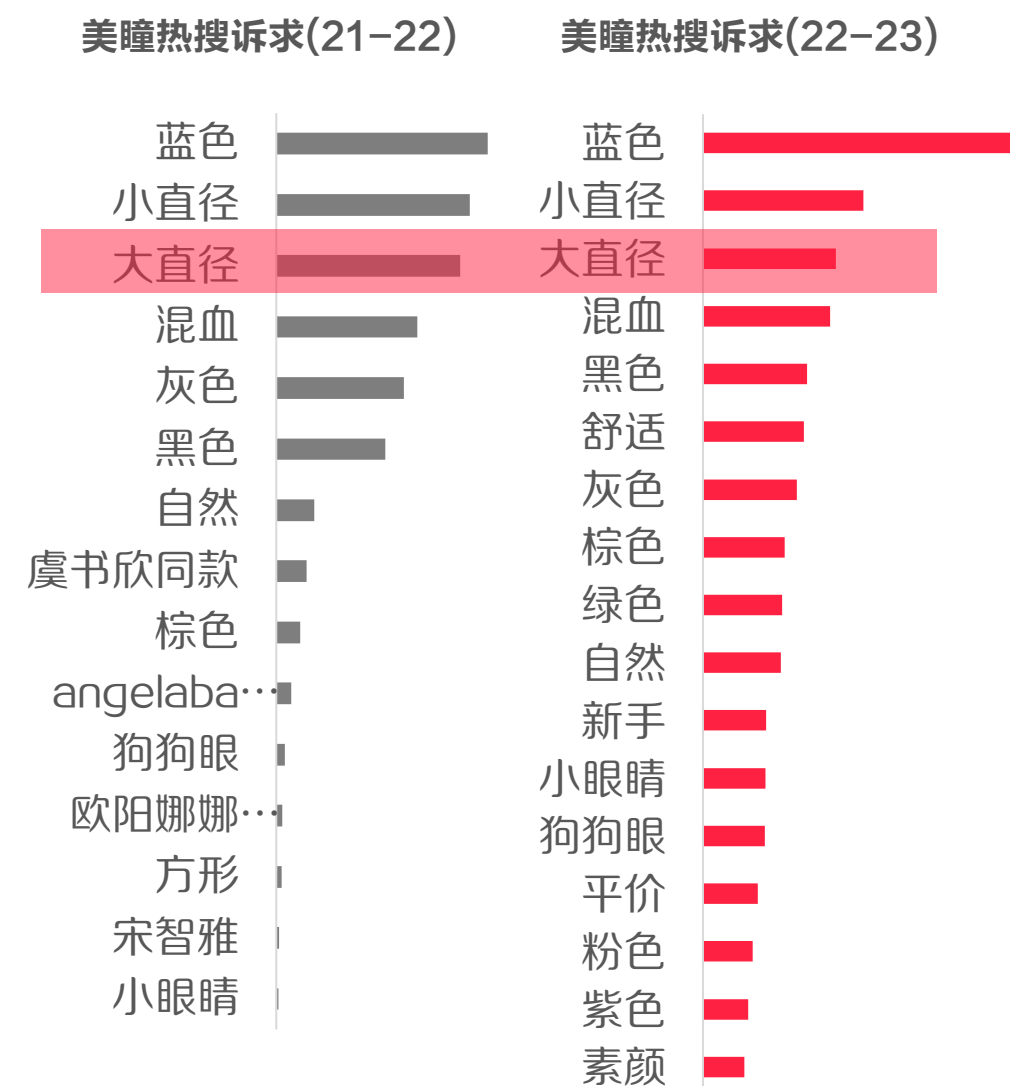
喜欢尝新尝鲜

内容偏好
高颜值 摆拍精美的开箱展示内容

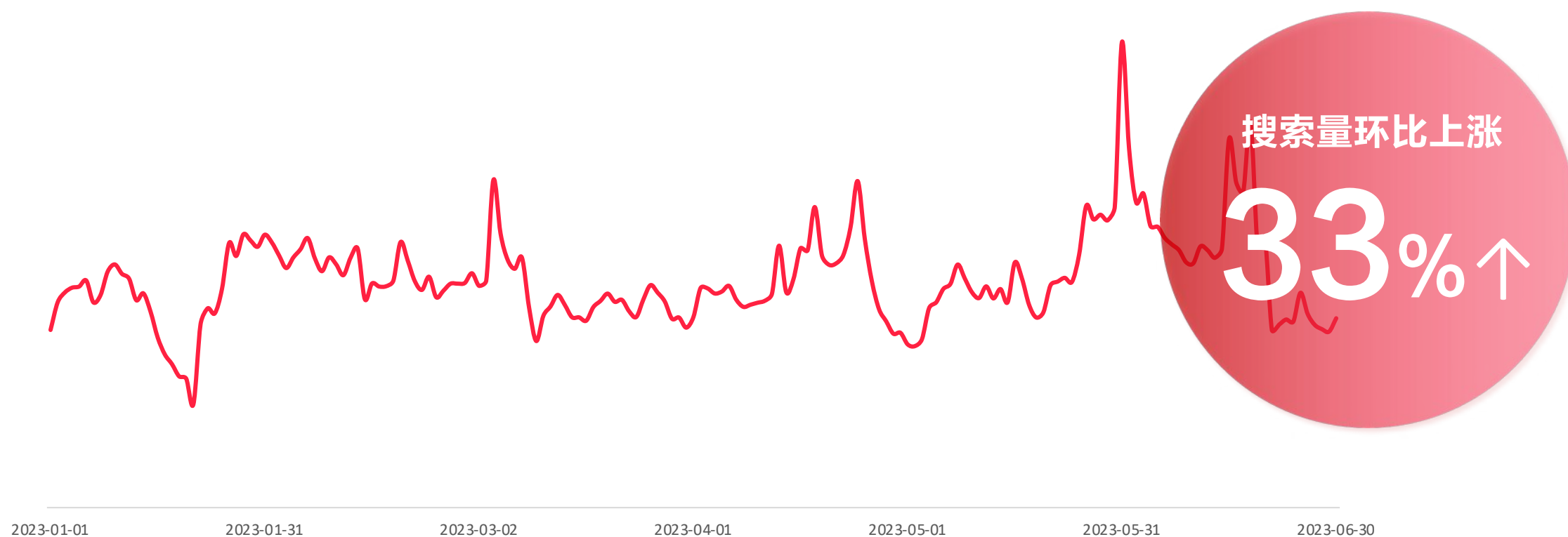


小直径自然系美瞳一直都是最受关注的热搜片型，但我们发现大直径的搜索量近半年有持续的上涨

21-23年度搜索词变化



2023.1月-6月 大直径美瞳搜索趋势



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/648112070105007007>