

妮维雅专研氨基酸洁面

- ◆ **品牌名称:** 妮维雅
- ◆ **所属行业:** 美妆/护肤类
- ◆ **执行时间:** 2022.05.01-12.30
- ◆ **参选类别:** 数智营销类

妮维雅洁面进入了「产品成长期」

但同时遇到了核心问题：小赛道增长空间受限，遇到增长瓶颈

过往阶段

妮维雅洁面在**产品引入期**成为“**油敏肌细分赛道的潜力爆品**”

定位产品生命周期

现处阶段

成功迈入「**产品成长期**」
需要找到对应**生长周期**的**解决方案**



小赛道遨游，大赛道小透明

我们需要进行进一步的问题诊断&增长点洞察，为产品的成长拓宽土壤

油敏肌赛道瓶颈1

本品热度增长乏力

6月搜索排名虽提升至TOP3
但产品词搜索量仅提升8.5%

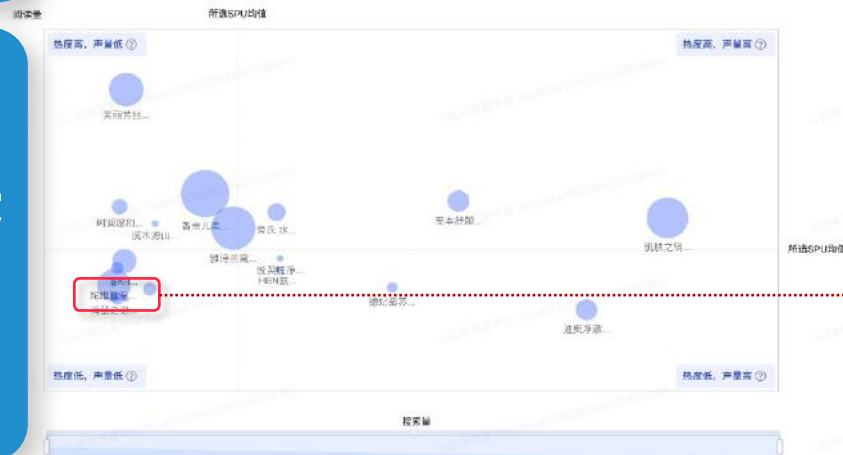
时间阶段	品牌名排行	搜索指数	关阅读量	关联内容量
3月	TOP7	16.51w	2584.24w	2437
6月	TOP3	17.92w	5156.54w	3672

SOURCE: 蒲公英, [油敏肌洗面奶]关键词下游词排行, 2023年3月&2023年6月

油敏肌赛道瓶颈2

大盘表现低迷难跃进

洁面赛道上榜可见
但阅读和搜索渗透下游徘徊



**妮维雅洁面SPU所处水位
「热度低+声量低」**

阅读量和搜索量均处于市场热门洁面的下游

妮维雅专研舒润氨基酸洁面乳

SOURCE: 灵犀市场机会模块, 【洁面】热门SPU排布, 20230101-0430

细分赛道内潜力爆品的增长瓶颈

本赛道增长力诊断

- 本赛道的增长空间判断;
- 明确我们的赛道目标, 进一步提升本赛道渗透, 还是考虑进行赛道跃迁?

新增长赛道洞察

- 新赛道怎么评估? 基于什么样的评估标准?
- 如何进行新赛道洞察?
- 如何结合新赛道洞察进行产品卖点优化?

细分赛道潜力爆品策略分析步骤拆解

STEP1

诊

本赛道
增长潜能

STEP2

定

新赛道
切入机会

STEP3

立

新赛道
细分需求

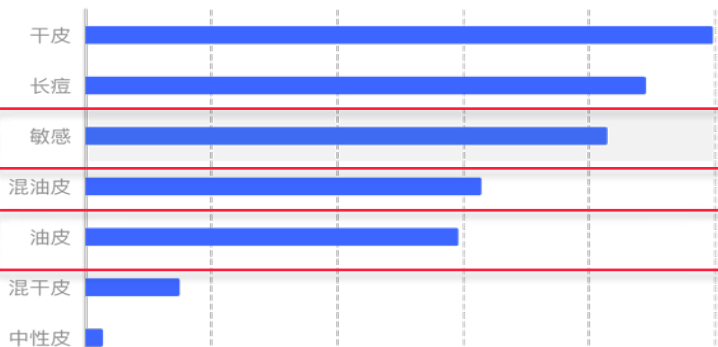
STEP4

塑

新赛道
产品新记忆

STEP1: 诊本赛道增长潜能

洁面品类下的肤质需求排行中
油敏肌需求小未上榜



SOURCE: 灵犀搜索洞察模块, 【洁面】肤质搜索词排行, 近半年

STEP1 先看与油敏肌密切相关的敏感肌大赛道

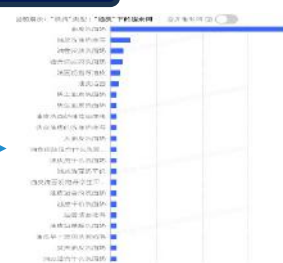


SOURCE: 灵犀搜索洞察模块, 肤质搜索词-“敏感”相关词后的高阅读笔记

敏感肌洁面用户存量很大
但敏感肌洁面的相关内容中油敏肌的露出浓度很低

敏感肌洁面的搜后高阅读笔记中油敏肌洗面奶**仅出现1篇**

STEP2 再看与油敏肌密切相关的油皮大赛道



SOURCE: 灵犀搜索洞察模块, 肤质搜索词-“油皮”下的搜索排行, 近半年

油皮洁面用户存量很大
但油皮用户与敏肌用户的洁面需求无交叉

油皮洁面下关联搜索需求中油敏肌肤质**未出现**

诊断增长潜能
核心指标
搜索

搜索量

搜后能见度

关联搜索排名

油敏皮搜索量低

油敏洁面搜后能见度低

油皮洁面关联搜索无油敏



油敏肌肤质赛道
发展增长的空间不足
妮维雅需要寻求机会更广的大赛道

STEP2: 定新赛道切入机会

回顾已经种的那些草，消费者对本品BUY IN什么？

HOW TO

本品口碑诊断
找到高认可卖点



赛道搜索热度洞察
找到我们的机会赛道



赛道渗透状况评估
进一步明确赛道

本品的笔记真实舆情词中
清洁力+控油力+泡沫多，三点获得消费者最高度的认可
*SOURCE: 灵犀产品口碑模块，妮维雅专研舒润氨基酸洁面乳，笔记舆情词，20230101-20230430



舆情词排行TOP1

洗得干净
上屏17次

舆情词排行TOP2

泡沫绵密
上屏17次

舆情词排行TOP3

改善出油
上屏12次

基于这些
被消费者买单的优势

功效

清洁力佳

功效

控油力佳

洗感

泡沫丰富

如何进一步选择
新赛道和产品定位?

STEP2: 定新赛道切入机会

HOW TO

本品口碑诊断
找到高认可卖点



赛道搜索热度洞察
找到我们的机会赛道



赛道渗透状况评估
进一步明确赛道

通过对肤质赛道的观察

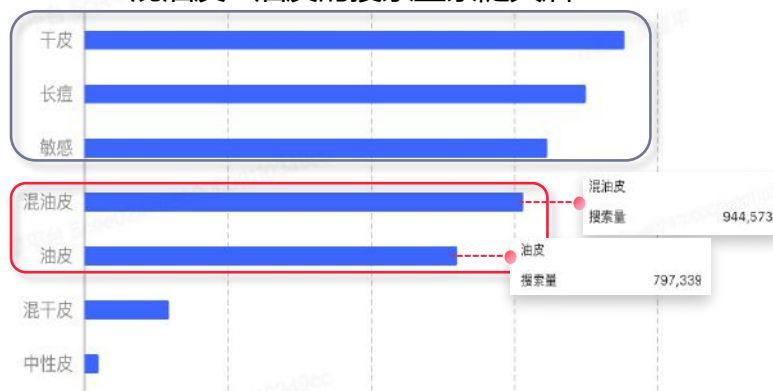
妮维雅更适宜切入高热同时高增速的「混油皮/油皮」赛道

在**热门**肤质词中

混油皮+油皮整体需求量大

*灵犀搜索洞察模块：【洁面】肤质搜索词排行，近90天

干皮+敏皮+痘肌的基本盘体量最大
混油皮&油皮的搜索量紧随其后

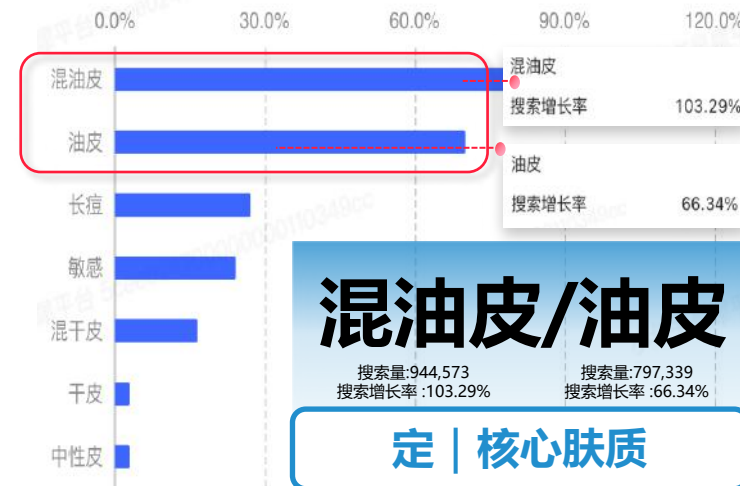


在**飙升**肤质词中

混油皮+油皮的搜索增势更猛

*灵犀搜索洞察模块：【洁面】肤质搜索词排行，近90天

混油皮&油皮：高热度+高搜索增速



混油皮/油皮

搜索量:944,573 搜索量:797,339
搜索增长率:103.29% 搜索增长率:66.34%

定 | 核心肤质

STEP2: 定新赛道切入机会

HOW TO

本品口碑诊断
找到高认可卖点



赛道搜索热度洞察
找到我们的机会赛道



赛道渗透状况评估
进一步明确赛道

油皮OR混油皮 寻找更具备竞争优势的肤质赛道

【混油皮洗面奶】下游词排行

*蒲公英, 【混油皮洗面奶】相关笔记高频提及的下游搜索词, 近90天

排名	关键词	相关性	关联阅读量	关联内容量
1	混油皮洗面奶	NO.1	2.05万	6692.07万
2	混油皮洗面奶	NO.2	43.79万	6192.31万
3	混油皮洗面奶	NO.3	3.06万	5079.82万
4	cpb洗面奶	NO.4	99.15万	4011.84万
5	芙丽芳洗面奶	NO.5	26.92万	3909.15万
6	珂润洗面奶	NO.6	28.30万	4820.63万
7	理肤泉洗面奶	NO.7	18.81万	4011.84万
8	珂润洗面奶	NO.8	38.48万	4872.10万
9	妮维雅洗面奶	NO.9	41.85万	8916.03万
10	混油皮洗面奶	NO.10	6.05万	1447万
11	混油皮洗面奶	NO.11

【油皮洗面奶】下游词排行

*蒲公英, 【油皮洗面奶】相关笔记高频提及的下游搜索词, 近90天

排名	关键词	相关性	关联阅读量	关联内容量
1	油皮洗面奶	NO.1	1.88万	1476.23万
2	油皮洗面奶	NO.2	2.14万	1907.14万
3	混油皮洗面奶	NO.3	12.93万	4598.24万
4	快美露洗面奶	NO.4	26.78万	4092.95万
5	珂润洗面奶	NO.5	19.13万	3821.27万
6	珂润洗面奶	NO.6	25.38万	5601.65万
7	珂润洗面奶	NO.7	2.99万	2305.28万
8	珂润洗面奶	NO.8	26.66万	6301.75万
9	珂润洗面奶	NO.9	18.81万	2909.61万
10	珂润洗面奶	NO.10	13.81万	2839.16万
11	珂润洗面奶	NO.11	18.81万	6141.72万
12	珂润洗面奶	NO.12	22.82万	3984.42万
13	珂润洗面奶	NO.13
14	珂润洗面奶	NO.14
15	珂润洗面奶	NO.15
16	珂润洗面奶	NO.16
17	珂润洗面奶	NO.17
18	珂润洗面奶	NO.18
19	珂润洗面奶	NO.19
20	珂润洗面奶	NO.20
21	珂润洗面奶	NO.21
22	珂润洗面奶	NO.22
23	珂润洗面奶	NO.23
24	珂润洗面奶	NO.24

混油皮洗面奶赛道-高占位竞品总计12个

- 溪木源洗面奶
- cpb洗面奶
- 旁氏洗面奶
- 瑗尔博士洗面奶

油皮洗面奶赛道-高占位竞品总计10个

- 溪木源洗面奶
- 德妃紫苏洗面奶
- 悦芙缇洁颜蜜
- 稀物集洗面奶

搜索指数: 17.92w | 关联阅读量: 5156.54w | 关联内容量: 3,672

妮维雅洗面奶 > 17.92万 | 5156.54万 | 3,672

妮维雅洗面奶目前的内容量级可以在两大赛道中处于什么水平?

STEP2: 定新赛道切入机会

HOW TO

本品口碑诊断
找到高认可卖点



赛道搜索热度洞察
找到我们的机会赛道



赛道渗透状况评估
进一步明确赛道

*SOURCE: 蒲公英, 【混油皮洗面奶】 + 【油皮洗面奶】 相关笔记高频提及的下游搜索词; 【混油皮洗面奶】 + 【油皮洗面奶】 的全站数据, 近90天

STEP1 基于【混油皮洗面奶】 + 【油皮洗面奶】 的品类词数据洞察本品和竞品的赛道渗透情况

混油皮洗面奶			油皮洗面奶			统一的参照盘 品类词数据
搜索指数	关联阅读量	关联内容量	搜索指数	关联阅读量	关联内容量	
21.37w	78,493,700	2,414,200	50.50w	125,000,000	4,271,800	

STEP2 根据本品词和竞品词的数据情况, 统一洞察在赛道中的内容渗透率与阅读渗透率

*内容渗透率=产品内容量/品类内容量

*阅读渗透率=产品阅读量/品类阅读量

妮维雅洗面奶

搜索指数: 17.92w | 关联阅读量: 5156.54w | 关联内容量: 3,672

混油皮洗面奶	
阅读渗透率	内容渗透率
65.69%	0.15%
油皮洗面奶	
阅读渗透率	内容渗透率
41.25%	0.09%

混油皮洗面奶的竞品渗透数据情况 油皮洗面奶的竞品渗透数据情况

排行	竞品词	搜索指数	关联阅读量	关联内容量	阅读渗透率	内容渗透率
1	溪木源洗面奶	43.78w	61,351,100	4,776	78.16%	0.20%
2	cpb洗面奶	69.15w	45,118,400	10,300	57.48%	0.43%
3	旁氏洗面奶	26.92w	49,091,500	4,627	62.54%	0.19%
4	瓊尔博士洗面奶	26.39w	48,206,300	4,221	61.41%	0.17%
5	德妃紫苏洗面奶	19.80w	40,175,000	3,738	51.18%	0.15%
6	稀物集洗面奶	36.45w	48,721,000	4,682	62.07%	0.19%
7	理肤泉洗面奶	17.93w	45,982,400	3,944	58.58%	0.16%
8	悦芙缇洁颜蜜	25.73w	40,329,500	4,275	51.38%	0.18%
9	elta洗面奶	19.13w	38,212,700	3,247	48.68%	0.13%
10	hbn洗面奶	25.30w	56,016,500	4,450	71.36%	0.18%
11	青雨纪洗面奶	2.89w	23,052,800	2,130	29.37%	0.09%
12	c咖洗面奶	25.56w	63,077,500	3,680	80.36%	0.15%

排行	竞品词	搜索指数	关联阅读量	关联内容量	阅读渗透率	内容渗透率
1	溪木源洗面奶	43.78w	61,351,100	4,776	49.08%	0.11%
2	德妃紫苏洗面奶	19.80w	40,175,000	3,738	32.14%	0.09%
3	悦芙缇洁颜蜜	25.73w	40,329,500	4,275	32.26%	0.10%
4	稀物集洗面奶	36.45w	48,721,000	4,682	38.98%	0.11%
5	旁氏洗面奶	26.92w	49,091,500	4,627	39.27%	0.11%
6	cpb洗面奶	69.15w	45,118,400	10,300	36.09%	0.24%
7	理肤泉洗面奶	17.93w	45,982,400	3,944	36.79%	0.09%
8	青雨纪洗面奶	2.89w	23,052,800	2,130	18.44%	0.05%
9	瓊尔博士洗面奶	26.39w	48,206,300	4,221	38.57%	0.10%
10	悦木之源洗面奶	13.61w	36,390,600	3,032	29.11%	0.07%

STEP2: 定新赛道切入机会

HOW TO

本品口碑诊断
找到高认可卖点

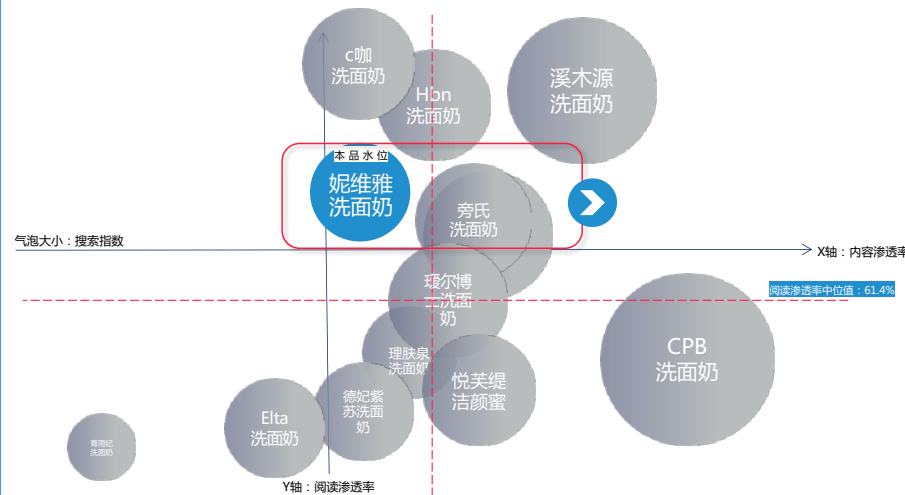


赛道搜索热度洞察
找到我们的机会赛道



赛道渗透状况评估
进一步明确赛道

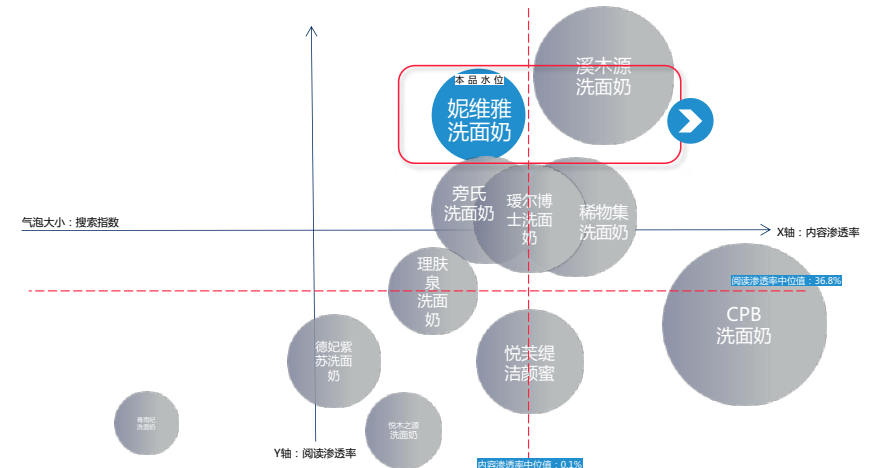
本品在混油肤质赛道的竞争价值评估



渗透情况居于中游

- 阅读渗透率本品排行第四，妮维雅无明显优势
- 内容渗透率除CPB处于断崖式领先之外，剩余平均为0.16%，妮维雅无优势

本品在油肤质赛道的竞争价值评估



渗透情况居于上游

- 阅读渗透率本品排行第二，妮维雅有明显优势
- 内容渗透率本品排行第七，妮维雅处于中位

STEP2: 定新赛道切入机会

HOW TO

本品口碑诊断
找到高认可卖点



赛道搜索热度洞察
找到我们的机会赛道



赛道渗透状况评估
进一步明确赛道

1

数据维度
油皮赛道符合高体量基数
和高增长趋势的基本优势

高增长

2

赛道势态
本品在油皮赛道基本盘
的渗透情况表现更佳

低竞争

妮维雅洁面更具备发展优势的新赛道

控油

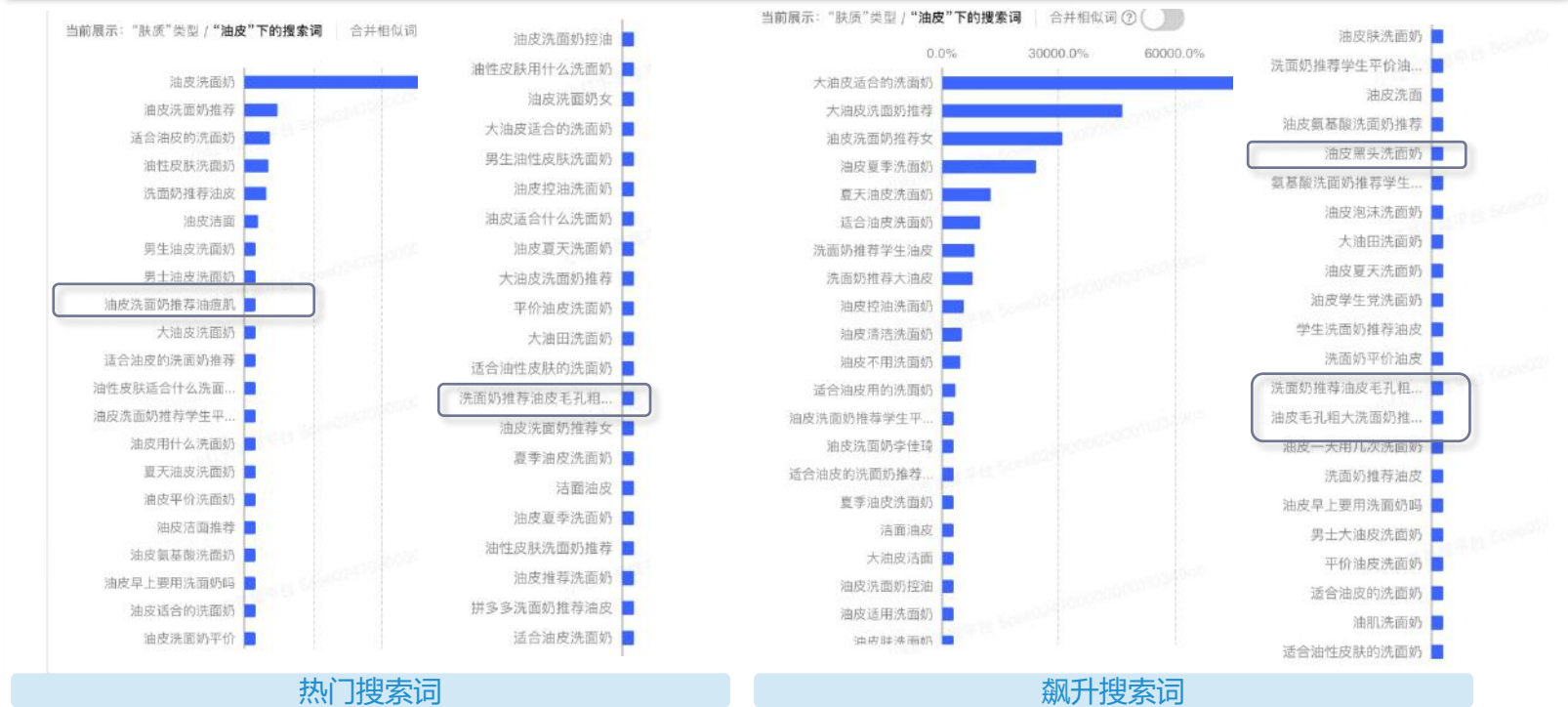
STEP3: 立新赛道细分需求

油皮的洁面品类消费者需求

油皮肤质的相关搜索词下

油皮消费者对洁面的需求是什么？

*灵犀搜索洞察模块：【洁面】肤质搜索词-【油皮】搜索词排行，近90天



搜索词中最高频出现

油皮适合什么洗面奶

飙升词上榜22次

肤质针对性

TA核心心智：适我的是好的

长尾搜索词中出现

痘痘/黑头 毛孔粗大

痛点想改善

第二层级心智：同时改善可视化症状

STEP3: 立新赛道细分需求

核心功效市场潜力DEEP DIVE

*灵犀市场机会模块：【洁面】细分市场分析-功效的市场潜力，近90天



**收缩毛孔+去黑头闭口
数据潜力表现也良好**

控油
搜索需求最高，且增长最快
立 | 产品细分功效



STEP3: 立新赛道细分需求

立
细分功效

洞察目的

肤质需求呈现多样化
如何让我们的产品被需要?



以控油为核心功效

油肤质针对性: 油皮专研定制

同时改善肌肤可视化问题 改善毛孔 | 去黑头闭口

油皮症状针对性: 缓解可视化痛点

STEP4: 塑新赛道卖点



KEY CLAIM

每日可用的小气泡清洁
30秒带走毛孔污垢，油皮洗的干净洗完不闷

END BENEFIT 1
院线级
小气泡清洁

链接小气泡的高感知优势

扎实微米泡泡，倒挂不踏不掉
碾压起泡力，实至名归的小气泡

大厂科技，专研配方
高纯度无杂质氨基酸表活，高效清洁

END BENEFIT 2
不伤屏障
越洗越稳

弥合小气泡的高共鸣痛点

独家专研氨醇酸
锁水补水稳屏障

专治市面上的假氨基酸
针对氨基酸浓度只字不提的洁面产品

END BENEFIT 3
去油不去水
黑土毛孔没机会

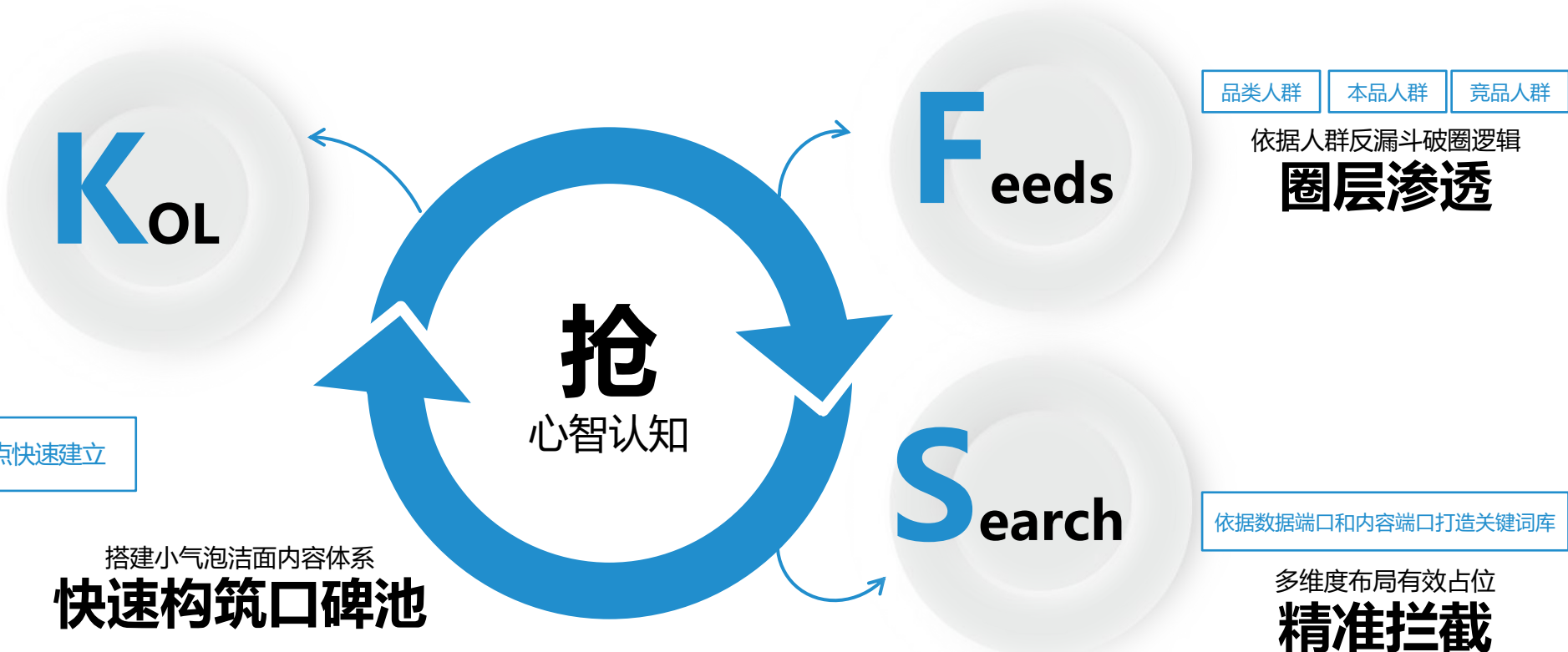
切入「控油」的高潜力核心功效

即刻去油，8H控油
油脂分解器卡尼丁+水油平衡机厚朴提取物，源头抑制出油

洗卸合一
深层清洁毛孔，防晒淡妆无残留不堵塞

借助小红书KFS组合拳，快速让【小气泡洁面】抢占心智认知

内容X投流营销矩阵，帮助妮维雅洁面高效种草





小气泡清洁项目 沟通载体高度链接

反复HIGHLIGHT

每日可用的「小气泡」清洁
在家也能实现的院线级「小气泡」清洁

弥合小气泡弱势性 降低尝试的心智门槛

转化想尝试却不敢尝试/已尝试踩过坑的小气泡意向人群

妮维雅小气泡兼具温和性与性价比
使用门槛低且试错风险低



妮维雅小气泡洁面-口碑池构筑

小气泡心智锤快速渗透
强链接院线小气泡清洁



K

搭建小气泡洁面内容体系

妮维雅小气泡洁面-口碑池构筑

产品关键词快速占位
小气泡洁面篇篇埋入

「妮维雅小气泡」

刷屏式露出

口播/画面花字/标题/正文
多重载体输出“妮维雅小气泡”
品牌名捆绑项目名
快速加深消费者记忆点

拉动消费者AWARENESS

K

快速扩散小气泡口碑

土字型达人矩阵，腰底为重

腰底部美垂达人铺量筑底，配合大量KOC快速发散「小气泡真实口碑」

联合官方众创任务

两周之内累积测评妮维雅小气泡洁面40篇

三大平台同频输出

四周之内大量腰底部账号推荐妮维雅小气泡78篇

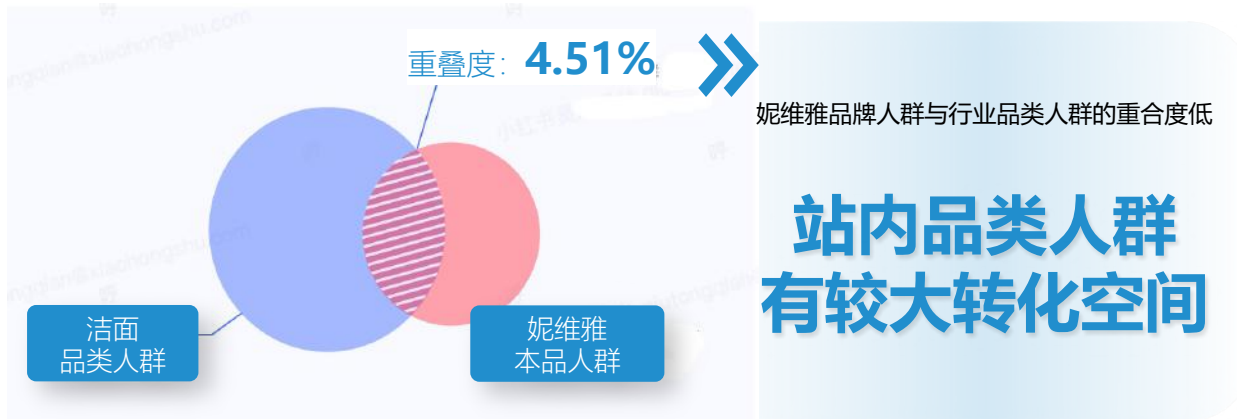


F+S

通过对妮维雅洁面高意向的受众剖析
对投放放量给予建议，助力品牌目标人群圈层渗透

*妮维雅人群画像：对本品进行过品牌搜索行为以及内容行为的TA画像，2023年3.1-4.30

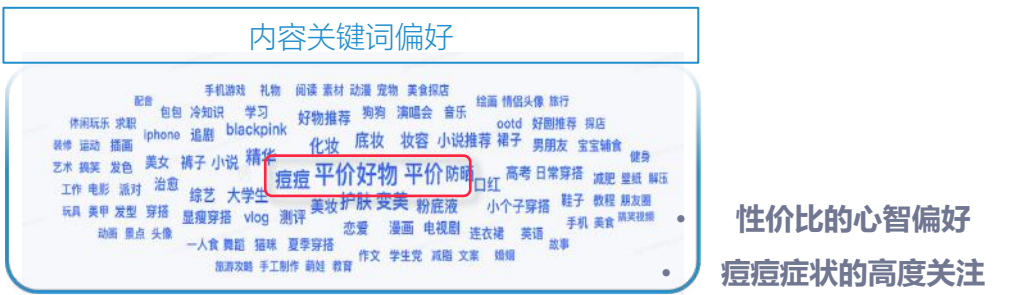
*品类人群画像：对洁面、洗面奶进行过关键词牌搜索行为以及内容行为的TA画像，2023年3.1-4.30



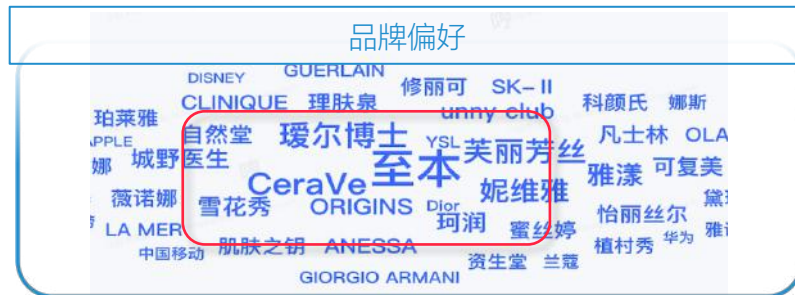
投流建议：加投男性洗面奶关键词

投流建议：降低学生党关键词投入

STEP2 进一步洞察本品人群的关键词与竞品偏好，圈选高意向人群和竞品人群



投流建议：定向圈选平价洗面奶人群+价格囤货人群，加投油痘肌相关关键词



流量流失向哪些竞品：至本、珂润、芙丽芳丝

投流建议：定向圈选相关竞品人群，加投相关的竞品关键词

F

基于数据+内容端口的人群建议
通过信息流放量实现精准定向，触达更有价值的TA

依据人群反漏斗破圈逻辑，通过商业流量圈层渗透



S

基于数据+内容端口的人群建议 搜索侧多维度布局有效占位, 精准拦截

潜在客群 场景词/功效词/人群词/肤质词

竞品客群 竞品词

行业品类客群 品类词

品牌客群

品牌词/产品词

继续维持过往方向的搜索词

肤质词

敏感肌洗面奶
月搜索量: 118704

油皮洗面奶
月搜索量: 118704

竞品词

适乐肤洗面奶
月搜索量: 122338

瑗尔博士洗面奶
月搜索量: 83740

功效词

祛痘
月搜索量: 473280

祛黑头
月搜索量: 27862

品类词

氨基酸洗面奶推荐
月搜索量: 150852

洗面奶推荐
月搜索量: 986727

本品词

妮维雅
月搜索量: 63144

妮维雅洗面奶
月搜索量: 59793

新增高度相关的搜索词

优势功效

泡沫洗面奶
月搜索量: 23031

控油洗面奶
月搜索量: 146406

项目词

小气泡
月搜索量: 91230

小气泡清洁
月搜索量: 46160

人群词

洗面奶推荐男
月搜索量: 163647

男生洗面奶推荐
月搜索量: 36659

搜索数据优异表现

妮维雅
小气泡

首位曝光占比达
90%-100%

平均展示位次
高达1

逐本
洗面奶

首位曝光占比达
70%-80%

平均展示位次
高达1

小气泡清
洁有用吗

首位曝光占比达
80%-90%

平均展示位次
高达2

核心效果1：优化品牌预算体系的限制，科学化划分整体预算

K:F:S

6:3:1

过往预算分配受客户采购体系限制**FS限制≤20%**
 此次项目的预算分配**FS已提升为40%**

核心效果2：有限预算下提升种草效能，实现品效销协同增长

内容侧

TTL 爆文率
40%

*Benchmark:
eng≥1000

导购侧

TTL GMV
¥ 46,743.02

TTL数据表现

TTL CTR	TTL CPM	TTL IMP
10.22%	¥ 93.71	2,582,404

TTL CPE
 ¥ 14.26

VS大盘- ¥ 20

互动成本低大盘
140.21%

TTL转化表现

新客进店转化	全店成交转化
66.1%	10.5%

此次星任务由腰/底部达人带动
 缺乏头部账号快速拉动流量外溢
 但是新客进店转化依然很高

「出油洁面需求」赛道的切换逐渐起声量

消费者逐渐形成了“控油洁面”的认知

【妮维雅小气泡】笔记的正文+评论词云

*灵犀产品口碑模块，妮维雅专研舒润氨基酸洁面乳，新发布笔记舆情词，20230516-20230620



舆情词中高频出现

适合出油肌肤
控油效果好

消费者心智：

油皮肤质针对性

舆情词中针对产品功效的讨论

毛孔干净
改善黑头闭口

消费者BUY IN

油皮症状改善效果

本品内容搜索趋势全面上升

*蒲公英后台，本品词的内容搜索变化趋势，近30天

☆ 妮维雅小气泡洁面

全站数据

[查看详情 >](#)

关联容量 ⓘ **478** 近30日 ↑1726.9%

搜索指数 ⓘ **1,097** 近30日 ↑3572.7%

本品内容搜索趋势

✓ 曝光量提升**5162%** ✓ 搜索指数提升**3572%**

✓ 阅读量提升**8310%** ✓ 互动量提升**2839%**

妮维雅小气泡洁面

本品关键词热度与搜索上升显著

在小预算短周期的前提下取得了
正向的数据反馈和品牌的重视度

本传播周期COST

50w

2023年5月20日-6月20日



Q3投放规划

品牌将延续
「小气泡洁面油皮适用」的策略
持续加大预算投入



项目背景

妮维雅WL洁面在过去两年，精准进入油敏肌细分赛道，完成新品0-1的品牌建设，并且成为细分赛道里的潜力爆品，从产品引入期成功迈入产品成长期，但是与此同时面对：小赛道增长空间受限进入增长瓶颈，不足以提供产品更多的市占机遇，WL洁面急需进入更有潜力的机会赛道，从而获得品牌进一步成长。

策略回顾

赛道诊断，确立营销目标：向机会更广的大赛道进军

通过数据诊断油敏肌的搜索量低、搜后能见度低，帮助判断油敏肌肤质赛道发展增长空间不足，从而确定妮维雅WL洁面需要寻求机会更广的大赛道；

赛道洞察，搜寻潜力赛道：以「油皮」作为WL新的主战场

- 1、通过对肤质赛道的观察，确定高热度高增速「油皮、混油皮」赛道更适合妮维雅现阶段发展；
- 2、通过本品与竞品分别在赛道中的内容渗透率与阅读渗透率数据，进一步确立「油皮」赛道为妮维雅WL洁面更具备发展优势的赛道；

本品洞察，明确机会卖点：创造「妮维雅小气泡洁面」产品记忆点

通过肤质类型「油皮」搜索词排行与「功效」搜索词，结合妮维雅WL洁面本品口碑正向及功效优势，确立「控油」为核心功效；通过洞察相关需求及对内容的深度挖掘，讲「小气泡」概念与WL洁面深度融合打造产品在小红书的记忆点。

项目结果

大品类赛道排位首度上榜：品牌词排行TOP21，搜索词排行TOP37；

「油皮」赛道的切换逐渐起声量：消费者逐渐形成WL洁面「油皮适用」|认知；

本品内容搜索趋势全面上升：曝光量提升5162%；搜索指数提升3572%，阅读量提升8310%，互动量提升2839%；

亮点总结

- 1、妮维雅在油敏肌细分赛道深耕两年，面对增长瓶颈出于两难境地：是继续深根赛道提效，还是跃迁更大的赛道增长，通过我们的诊断帮助品牌确立下一阶段的营销目标；
- 2、在新赛道的选择上，结合妮维雅的品牌现状、与产品优势，我们进一步确立了一条对于妮维雅WL洁面现阶段最为有利，同时也是对未来具备潜力的赛道「油皮」；
- 3、在整个洞察的过程中，我们也逐步整理出一套帮助正处于增长瓶颈的产品如何从诊断目标到寻找赛道的数据洞察模型，通过这个模型可以帮助未来在遇到相似营销困境的品牌更有效地提出解决方案。