

1. 确定推荐物品名称：薇诺娜舒敏保湿特护霜

2. 朋友圈用户定位：

1. 大学同学
2. 不认识的陌生人
3. 客户、同事、领导、家人（已屏蔽）
4. 朋友

其中女性好友占据 60%，对护肤较感兴趣的好友占据 20%。

3. 用户需求

(1) 天猫旗舰店评论——大部分消费者是为了修复肌肤屏障

A. 整体评分较低中的好评帖



B. 差评帖（不适合肌肤）——干性肌肤用了偶尔起痘

整体评价：维稳效果很好。。。每次起痘都用它。保湿控油效果：控油很好 质地手感：轻薄不黏腻 吸收效果：很快 我的肤质：干皮，偶尔起痘



05.09

化妆品净含量：15g

r***尽 (匿名)

(2) 小红书——适合即可舒缓，消炎镇定，适合偏油性不适合干皮



(3) 京东——医生推荐使用



(4) 微博——戴口罩长痘，可以舒缓



(5) 结合自身使用感受（自己也是消费者的重要环节）

自身是敏感肌，脸颊红血丝较多，使用半年之后脸颊泛红明显减轻，素颜也能出门

综合以上分析用户心理需求：

- (1) 不推荐干性皮肤使用该产品，适合偏油性肌肤
- (2) 修复肌肤屏障，缓解红血丝
- (3) 医生推荐使用，增加产品信任度
- (4) 长期佩戴口罩，敏感肌容易烂脸，推荐使用
- (5) 朋友圈用户大部分为好友，比较信赖朋友已经用过了，并且有明显改善的产品，需要关注用户心理需求。

需要增加：

- (1) 明星、网红大 V 背书，增加品牌信任度；
- (2) 产品成分

4.关键词搜索





总结：从关键词分享中 我们可以看到以下几点：

- (1) 大部分消费者对于敏感肌的这个话题，更加注重于如何选护肤品；
- (2) 护肤品是否含激素；
- (3) 适合什么肤质使用，以及使用之后的感受；
- (4) KOL 大号推荐过该护肤品，可以放心推荐给朋友圈的人。

5.参考文案分析



文案一分析：

- (1) “光是遇见……你是最美的” 结合用户目标特点，开头以诗意引人，抓住用户的眼球，让人愿意往下看；（可采用）
- (2) “阿玛尼 ……限定礼盒”，直接表明此次文案的目的，简单明了；
- (3) “红管唇釉 ……任意组合搭配”，此次活动的优势是可以任意组合搭配礼盒，根据自己的需求；
- (4) “2020520 ……大声说爱吧”，呼吁用户一起表达心中所爱，购买阿玛尼，刺激消费者购买行动。

文案二分析：



- (1) “想不出.....无法告白”文案开头与520情人节告白相呼应，体现出部分消费者的心理想法；
- (2) “今夜的.....星球蜜语”凸显本次活动主题
- (3) “想问问大家.....是什么样的呢”与消费者互动，引发更多消费者参与题；(可采用)
- (4) 评论区，直接表明本次活动所推荐的商品链接，简洁明了，不放在文章正文中，不会因为朋友圈文案篇幅受限而隐藏商品链接；
- (5) 图片精美可爱，符合品牌形象，粉色也符合节日气氛，引发更多女性消费者的喜爱。

文案三分析：

华人商城 华人商城、冰冰
胃灼热的看过来 ⚡ 奥美拉唑胃药Prilosec
👍 FDA批准!! 治疗频繁发作胃灼热的OTC
药物，效果真的非常不错 💰 三盒装
¥179，单盒¥89，
<https://k.ruyu.com/o1DVrB2p>



4分钟前

- (1) 文案开头直接表明产品功效以及产品名称。让消费者清楚知道本条文案的主题 (可采用)

- (2) “FDA、OTC” 认证，增加消费者对产品的信任度（可采用）
- (3) 价格&链接，简单通透，价格便宜。

总结:

- (1) 文案可采用比较诗意或者契合活动节日的语句作为开头；
- (2) 文案需要表明产品功效（可以加入段子之类的）
- (3) 增加品牌背书，增强用户信任感；
- (4) 可以采用疑问/反问的语气增加与用户之间的互动

6.文案

你的笑抵过了风霜，是我见过最美的太阳
敏感肌被修复，红血丝没有了，素颜也敢哈哈大笑；
被皮肤科医生所推荐的薇诺娜，也是我的日常必备品呐~
说说你对敏感肌所下的功夫，我的功夫是每天必用薇诺娜

7.亮点

- (1) 文案开篇用引文，增加了消费者对文案的乐趣
- (2) “敏感肌.....哈哈大笑”，简单描述产品的主要功效
- (3) “被皮肤科医生....”医生背书，增加消费者的信任度
- (4) “说说.....” 最后一句增加互动

8.朋友圈图片



9. **总结:** 点赞人数 9 人，评论 1 条，没有引发太多的评论共鸣。

10.复盘

类目	预计达成	实际达成	原因	解决方案
朋友圈点赞数	20	9	朋友圈好友对纯广告比较抵制	单纯分享式的接受度可能较高
朋友圈评论数	5	1	最后一句互动不是很明显	文案中加入表情包，会体现的很明显

(1) 优势:

- A. 抓住消费者的购物心理，增加互动项；
- B. 整体文案比较有趣，不会让人觉得是纯广告类型。

(2) 劣势

- A. 实际效果没有达到理想状态（理想状态为：20 人点赞，5 条评论）；
- B. 图片比较单调。
- C. 把握最佳发圈时机，晚上八点的时候大部分人下班回家吃完饭，会刷朋友圈。

