**雅漾京东店铺直播战役**

**广 告 主：**雅漾

**所属行业：**美妆

**执行时间：**2020.05.02-12.31

**参选类别：**直播营销类

**营销背景**

2020年受疫情影响，电商直播影响力逐渐增大，消费者习惯悄然改变。雅漾虽然拥有一定国民度，但随着国内化妆品细分领域的不断发展，“薇诺娜”“玉泽”等国产品牌纷纷加入敏感肌赛道后，雅漾占领的市场份额不断被挤压。

**营销目标**

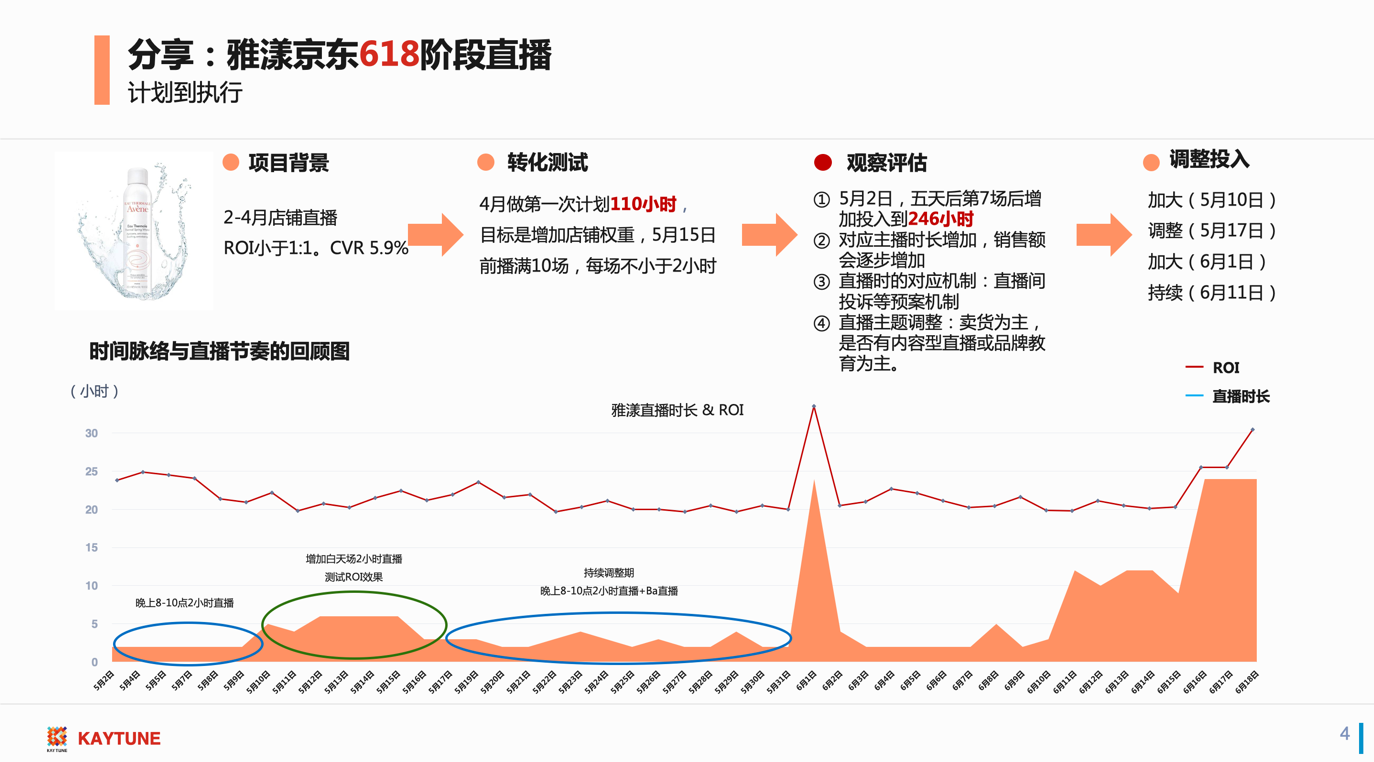
利用直播红利风口，撬动销量提升，抢占市场份额。

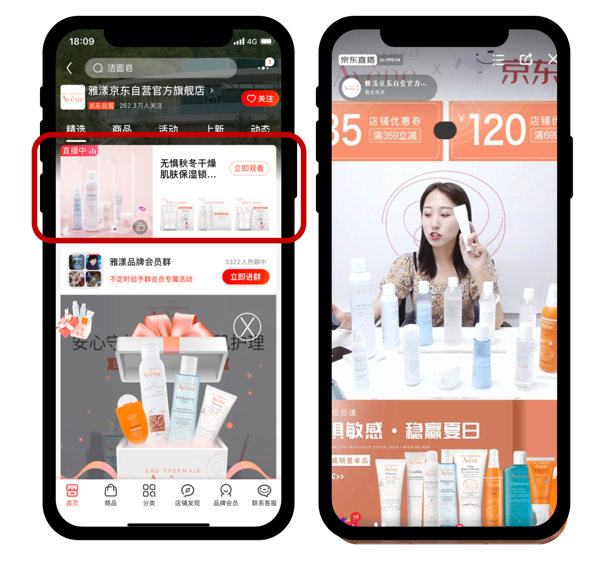
**策略与创意**

对内，店铺内部精细化运营，测试直播时长与内容对销量的变化。对外，寻找匹配红人（包括明星和KOL）进行外部引流，增加新客。

**执行过程/媒体表现**

**618阶段直播执行（精细化运营-测试直播时长与内容对销量的变化）**





**明星及专业医师的直播合作（内容话题引爆产品声量）**



**KOL直播合作（外部引流，增加店铺新客）**





****

**营销效果与市场反馈**

**京东每周直播排位赛排名靠前，双11，618连上榜单**



**京东2020年美妆类直播成交金额第14名**

