化妆品营销|护肤品策划|化妆品营销策划公司

产品名称	化妆品营销|护肤品策划|化妆品营销策划公司
公司名称	上海一煊营销策划有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	上海化学工业区物流产业园合展路118号1幢102室R26座
联系电话	.021-65909699 13917219856

产品详情

随着化妆品市场传统格局的定型，各个化妆品企业开始寻求新的市场突破点。面对90后00后新生代消费群的崛起，小品类化妆品成为各大化妆品企业拓展市场的利器，对此，一线营销策划认为，掌控好小品类化妆品营销策划，就是掌控了化妆品市场的未来，如下几个要素是成就小品类市场营销成功的重中之重。

一、化妆品营销策划----细分消费群

这里，我们必须要强调的一个重点是，小品类产生的根源并非企业冥思苦想的结果，而是来源于一部分活跃的细分消费人群——她们追求创新前卫时尚的生活方式，拥有着独特的生活态度，对于新鲜事物的接受能力超强，而且具备了某些新生事物的意见领袖潜质，于是她们的潜在消费诉求就会通过无处不在的自媒体尤其是互联网自媒体传播出来，最终促使企业围绕着她们的独特需求完成产品和服务的创新，最终定位并服务于这部分细分消费群，同时，通过这部分具有较强意见领袖气质的活跃消费群进一步影响其他同类消费群，形成一个小品类的大市场。

当然，并不是每一个小品类都是缘于创新的结果，很多小品类化妆品过去消费并不活跃，但通过一定的创新，就会迅速激发这部分活跃细分消费群的消费意愿。

二、化妆品营销策划-----创新，做极致产品

其实，我们通篇都在阐述这样一个道理：在化妆品领域，小品类就意味着突破。其中最为重要的一项突

破，就是突破传统的营销模式，这也是小品类化妆品营销策划成功的首要创新前提。

化妆品市场营销的竞争，要求化妆品企业不得不能够提供更加差异化细分化的创新产品和服务；整个营销策划环境为化妆品企业运营小品类化妆品提供了契机，包括消费者市场环境、消费渠道环境、营销传播环境等都更加丰富便利，尤其是互联网和移动互联网的普及，更为企业突破传统营销模式提供了广泛的想象空间。

一些人认为，技术创新是一个循序渐进的过程，对于快消品类当中的小品类化妆品来说，可能操作起来并非易事，就此，很多认为持续技术创新和做极致产品对于快消品来说难度较大，甚至对小品类化妆品来说更是难上加难，可以理解。但一线营销认为，小品类化妆品完全能够实现持续技术创新、做极致产品和产品迭代，正因如此，小品类化妆品更要牢牢抓住细分消费群，否则，就有可能迅速被其他小品类品牌所取代。

三、化妆品营销策划----新媒体整合营销传播

小品类化妆品的营销推广与其叫营销传播还不如叫营销互动。我们可以从两个方面来看待小品类化妆品的整合营销传播：一是在营销传播渠道上，小品类化妆品更加倾向于能够产生互动沟通的新媒体渠道；二是在营销传播内容上，建立起企业与消费者共同组成的内容制造平台，充分发挥消费者的积极性和参与性，共同营造出互动的营销传播氛围，使得营销传播内容更加精准更具互动。

通过以新媒体为主的整合营销传播，使得小品类化妆品及品牌形成强大的消费体验，这对于增加小品类化妆品及品牌与细分目标消费群之间的粘性更强。

四、化妆品营销策划-----与消费者完美融合的特色服务

我们之所以强调小品类化妆品的营销服务，主要是它应该包括两个重要内容——与消费者完美融合及有特色。长期的化妆品市场营销观察，传统的化妆品营销服务已经不能适应现在市场营销的要求，尽管一些企业还利用这样的服务发挥部分作用，但对于小品类化妆品来说，与其做传统营销服务，还不如不做。要做就要做与消费者完美融合的特色服务。

比如传统化妆品的电话回访、提供的护肤美颜小秘笈、派送化妆品大礼名等传统的化妆品营销服务形式就显得有些过时。总结起来，小品类化妆品营销服务具体包括：改变客服从你问我答到即时互动，从面面俱到的服务到按需服务，参与性服务让企业与消费者共同服务。