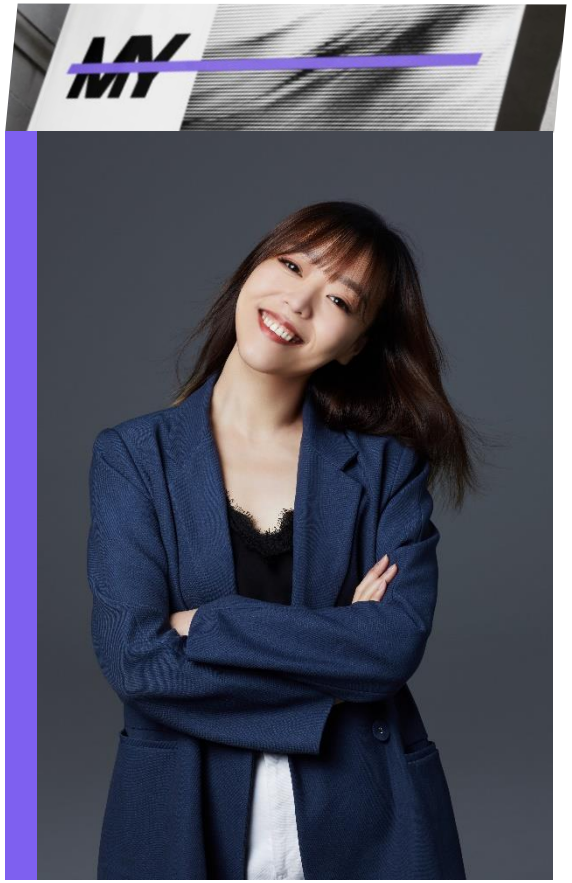


CIKI 夏玥

公司及职务：上海玫有文化传播有限公司 创始人兼CEO

参选类别：TMA十周年——移动营销杰出人物

个人工作经历及过往成就

小红书第6号员工，从0到1搭建并参与小红书社区、电商、蒲公英平台等项目搭建。

管理社区期间，从2014年打造小红书去中心化的社区，鼓励普通用户发表观点，用户粘性提升显著，为小红书鸡肋大量的流量；

同年底搭建电商“福利社”第1个员工，从内容营销到整合营销，帮助电商从0到1的突破；

任职5年中，带领和拥抱社区内容多元化的变化，见证和助力小红书社区+广告+电商三架马车进化，将小红书平台打造成对年轻人极具影响力的生活方式平台和消费决策平台；

PERSONAL INTRODUCTION

个人工作经历及过往成就

孵化打造护肤品牌cannafever，并完成千万级融资。

新奇迹品牌正式上线不到半年就已完成两轮融资，夏玥女士负责世行推广，建立品牌认知，打造安瓶营销和热度话题；

品牌天猫店上线仅两月，月销已过两百万。其中，明星产品推推安瓶占整体店铺销售的 90%以上，成为整个品牌的销售支柱。

2017年合伙小红书s级mcn机构仙梓文化，仙梓于21年成为中国最具创新品牌影响力榜单TOP30，旗下签约博主200多个。

2019年成立广告公司玫有文化，营业额过亿，紧贴社交媒体发展需求热度，在小红书平台内容营销初期建立以小红书生态理念为卖点的广告公司玫有文化，结合品牌营销需求和用户内容洞察以及数字化视角实现深度定制化的内容营销理论，成为最早一批以细分赛道的内容营销为突破口的广告公司；

PERSONAL INTRODUCTION

Top Mobile Awards

Promotion and Innovation
推动与创新

定制化品牌策略与传播组合模型

洞察

品 牌 策 略

结合行业报告与专业数据库，对品牌进行全方位剖析，制定核心策略

+

传播

传 播 规 划

根据品牌传播目的，结合不同传播媒体属性，制定专属的传播策略与节奏

+

深度

挚 友 计 划

善用达人资源，建立品牌深度合作规划，长线式合作，建立长期稳定资产

COMPANY PROFILE

Top Mobile Awards

Promotion and Innovation 推动与创新

知己

了解品牌在
social平台上的现状

洞察竞品在
social平台上的现状

知彼

找到产品在平台上的**声量定位**	位置	筛选出**高热竞品**进行深度分析
SOV+**舆情分析**直观洞察精准补足	效果	找出消费者**种草点+雷点**
深入挖掘品牌传播策略**机会点**	策略	总结得出精品投放**达人矩阵和打法**
挖出平台**现有热门内容沿用复投**	content	学习**爆文内容角度**加以活用
多维度**整合搜索关键词**提升曝光	SEM	找出竞品**流量红利词**

周全预备，有的放矢
高效精准制定**NEXT STEP**营销策略

COMPANY PROFILE

Top Mobile Awards

Promotion and Innovation

推动与创新

数据洞察 → 营销策略 → 投中追踪 → 沉淀复盘

帮助品牌找到生意机会

玫有自有工具

PowerBi社交洞察系统

第三方工具

品牌数据银行 策略中心

品类洞察　品牌洞察

明星/KOL洞察

人货场GROW策略

AIPL人群策略

为品牌定制站内外营销策略

MKT

创意/内容

品牌定位

产品故事

活动创意

内容种草

全链路媒体采买

A　I

跨平台媒体/KOL

EC

电商直播

种草即收割

- 垂直种草
- 高粘转化
- 快速转化

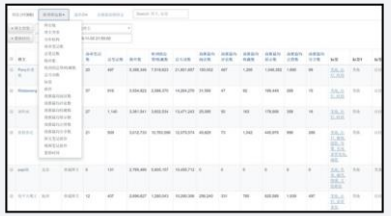
淘系触点规划

P　L

协同品牌落地营销策略
根据数据反馈不断调优

数据后台人群包圈选人

群包应用投放



协助品牌最大化
数据价值

促进品牌生意长期

健康发展

- 精准运营投放
- 数据回流沉淀
- 二次洞察和运营规划

COMPANY PROFILE

Top Mobile Awards

Promotion and Innovation

推动与创新

数据化思维解决营销问题

玫有数据系统-PowerBi

提供「全方位」一站式

「数据化」

营销解决方案

高效 — KOL选号

精准 — 品牌追踪

智能 — AI词库

COMPANY PROFILE

公司成绩

ABOUT MY TM

10000+长期合作博主；200+合作品牌

小红书平台服务商之一

首批小红书专业广告营销方案提供商；
官方认证并推荐的RBP；第一批拥有小红书牌照的官方红人/内容机构

深耕社交媒体平台

社交平台战略营销咨询、品牌咨询、全媒介渠道KOL采买、新媒体运营

强大资源支持

社交平台战略营销咨询、品牌咨询、全媒介渠道KOL采买、新媒体运营

2022金鼠标奖 丝芙兰 x MY
数字营销最具影响力品牌

2022小红书商业化蒲公英渠道
优质合作代理商

2021金榜奖 格力高 x 永璞 x M
年度内容营销案例 银奖

2023 TOPDIGITAL 创新营销奖
零跑 国货营销 年度专项奖

COMPANY PROFILE

Excellent Cases

CHANEL

五号香水系列

「浮光跃金 传奇香遇」

HIGHLIGHT：
打造统一视觉 Social整合传播

- 宣传前期以意境向和种草向为主，同一系列不同产品同时推广，根据达人不同类型，分配不同的产品植入。意境向高质量的图片呈现美好的画面感
- 宣传后期意境向配合广告大片向同时种草。合作创作力强的博主，深度解析香奈儿广告大片，宣传品牌和产品同时，让消费者更好的了解香奈儿以及香奈儿的女性精神

What we do——
- 匹配优质达人精准触达不同消费者圈层，实现热度破圈
- 创新全新香水种草形式，引发站内其他品牌效仿
- 多元创意内容帮助消费者更好了解品牌，提高认知，促进转化

Result——
- 社交媒体总曝光3亿+人次 总互动数高达20万+
- 各大Social平台出现现象级讨论，进一步让消费者了解拥有百年历史的香奈儿五号香水系列

NARS

Air Matte 空气唇霜

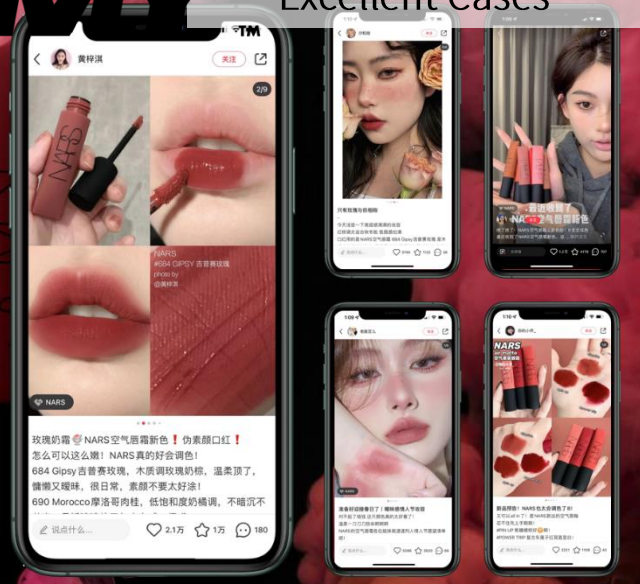
「雾入暧昧期」

HIGHLIGHT：
2021断货王回归 打造创意ICON妆容

- 抓住时下热门话题，定制产品主题妆容（奶咖玫瑰妆），通过Visual ICON让消费者对妆效留下深刻记忆点，聚焦TA需求痛点，多维度KOL展示产品卖点，铺量KOC全方位收割。

What we do——
- 配合垂类试色，颜值类博主变妆，展示出产品卖点
- KOC铺量等全方位收割

Result——
- Campaign投放期间，天猫相关单品进店搜索增长200%
- 爆文率达到60%+ 爆文单次投放互动破90W+，整体CPE < 4
- KOC有相当多数量的优质笔记，一部分互动数据在200-300



lululemon

AlignTM 「去投入」Campaign

「#穿Align就对了」

HIGHLIGHT：
打破瑜伽专属服装标签，塑造“最时尚的运动品牌”

- 帮助品牌重新制定帮助品牌打破瑜伽标签，结合平台内TA的热门生活趋势打爆活动声量，融入用户生活，拓展使用场景，增强情感链接
- 帮助品牌重新制定人群策略，从瑜伽人群，拓展至时尚人群/genz/男客等破圈人群，高互动玩法吸引更多潜在消费者，刻画“女性力量”“时尚”“投入生活”等标签

What we do——
- 匹配精准不同需求的达人矩阵，多元达人类型实现站内破圈效应
- 加强视觉表现，采用更大胆的配色突出产品

Result——
- KOL投放效益佳总曝光量高达1200W+，爆文率高达25%，CPE平均值为25
- #穿Align去投入 话题浏览量285w+
- 搜索量提升200%，达到100w+

TIFFANY & CO.

2022 Tiffany Holiday

「Tiffany幻梦成真」

HIGHLIGHT：
配合品牌Holiday节点活动，打造专属Tiffany假日创意内容

- 通过对品牌TA对于假日的情感需求洞察，贴合TA过节心智精准锁定内容营销，找到破圈机会点
- 洞察产品在站内的搜索心智，以同系热品带动主推品从而加大热度
- 结合TA需求和热门趋势打造专属Tiffany节日场景的创意内容

What we do——
- 头腰尾部KOL基于搜索词进行精细化内容运营
- 深耕节日场景集中造势，搭配UGC圣诞/节日礼物文案内容发声，锁定TA搜索心智

Result——
- #我最爱的Tiffany# 浏览量1419w+
- 笔记投放平均CPE 29

Excellent Cases

百雀羚淡纹帧颜霜

小红书平台下半年面霜目标
打造小红书平台360°营销生态，建立KOL传播矩阵，突出流量重围，合理利用平台效果广告/SEM搜索优化等工具打造销售闭环，供出大爆文，形成内容矩阵。

What we do & Result——

爆品打造 提高品牌声量
- 总互动5W+超级大爆文3篇
- 淡纹/抗初老核心关键词浓度TOP 50:15%
- 笔记投放145篇，爆文率大于40%

精细化内容运营
沉淀词云和核心卖点匹配
- 小红书平台总曝光破1亿+
- CPM平均千次曝光41（行业平均200+）
- CPE平均互动成本14（行业平均80+）

爆品打造 提高品牌声量
- 小红书热搜淡纹关联词排名跻身前3
- CTR 5%（行业优秀5.4%）
- CPC 1.27（行业优秀2.8）

MLB

MLB服装线日常种草

「情侣穿搭CP」

HIGHLIGHT：
聚焦情侣穿搭热门场景，打造Social整合传播

- 结合品牌现状分析，结合情侣穿搭这一站内高热度话题，匹配高质量情侣博主
- 通过软植入方式提高推广的真实感。与此同时，捆绑高热度站内穿搭话题放大品牌曝光声量

What we do——
- 为客户定制内容主题、达人矩阵，敏锐聚焦情侣穿搭话题引爆全场

Result——
- 单月投放平均互动20w+，曝光14,000w+，爆文率50%，月平均CPE最低达到8
- 笔记沉淀浓度高达30%，霸屏羊羔绒、老爹鞋、老花等关键词
- 投放6个月，小红书品牌指数从120+攀升并稳定至第7位

Glico 格力高

格力高 x 永璞 多平台早春联名营销 2021金榜奖美食及餐饮服务类银奖

根据品牌全年运营策略，通过产品种草、联名合作、福利发放、信息流投放等多种形式运营品牌小红书官号，以期提升消费者品牌认知，开通过小红书KOL&KOC推动曝光，共创出高质量内容

WHAT WE DO：
- 根据品牌月度产品推广计划，为客户定制内容主题，策划UGC福利活动，另配合官号翻牌及campaign精准筛选博主产出优质内容

RESULT：
- 达人投放效益佳，KOL爆文率高达79%，KOC爆文率高达67%，CPE平均值为21，CTR 1.63%；CPC 0.72
- OA涨粉从0到1，一年内涨粉1.4w+，OA爆文率45%，增长量是行业top级账号的1.7倍
- 格力高x永璞联名合作喜获金榜奖2021金榜奖年度内容营销银奖（美食及餐饮服务类）

LEAPMOTOR

2022 零跑T03「零跑漂亮生活」

HIGHLIGHT：
聚焦TA日常用车痛点需求，构建零跑T03「高精致」女孩标签

- 以生活态度和生活方式为传播核心，构建零跑T03「高精致」女孩标签。通过多元达人类型作为传播纽带，辐射更广的人群，以此完成用户触达帮助线下端进行销售转化。

What we do——
- 分阶段精细化运营，实时追踪市场效果
- 深耕场景化内容营销，通过UGC探店紧密结合线下，完成到店引流
- 效果广告持续推动，保证优质流量持续刷新

Result——
- #零跑漂亮生活# 浏览量2904w+
- #零跑T03# 浏览量2511w+
- 笔记投放平均CPE 9，爆文率达30%

业界评价

邹海青 William

山山到来 创始人，玫有合作伙伴

从小红书内容社区到mcn再到广告种草公司创业者，**真实、求变、创新**的Ciki完全可以称得上在**内容种草领域下的行业领军人物之一**，

尤其针对美妆品类客户，她和她的团队总能凭借**出色的洞察力、前沿的内容创造力和高效的执行力**助力品牌实现有有效种草。

金铭 Kimi

友芝士文化 创始人，媒介合作伙伴

夏玥女士我们亲切的尊称她为“夏老师”，作为原小红书6号员工，相关**专业性及自身对于当下社交媒体的理解都是领先于行业**内公共消息的，从平台到MCN再到广告公司，见证着夏老师所有项目从0-1的蜕变，**值得每一个媒体人学习和尊重。**

胡凌 amigo

玫有 广告部负责人

作为老板，她是一位**卓越的领导者和营销专家**。她擅长调动员工情绪，营造积极向上的团队氛围，关注员工心理健康和福利。
在管理方面，她有效地协调团队内部关系，**激发每个成员的潜力**，注重团队合作和沟通。
在业务方面，她具有**深刻的洞察力**和**创新思维**，能够准确把握市场动态和客户需求，提出切实可行的营销策略，引领市场潮流。