

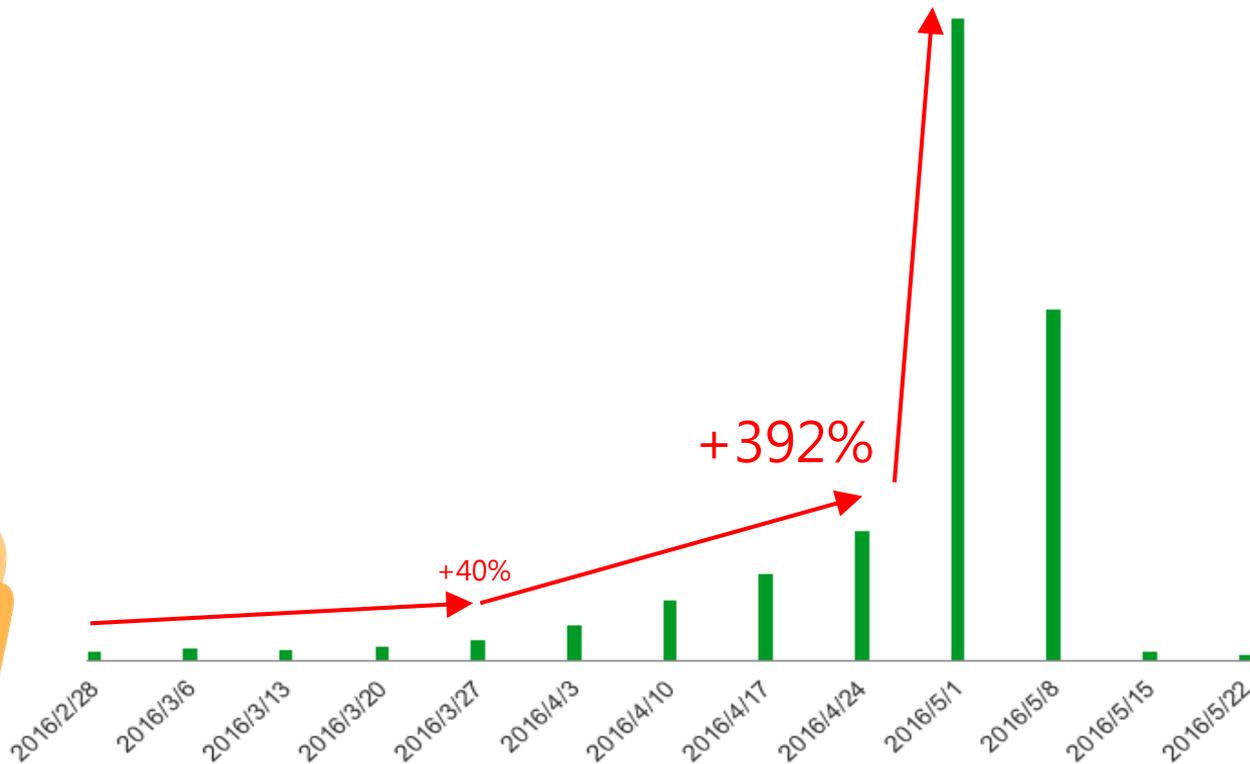


# | 母親節美妝保養搜尋趨勢洞察

Search Insight Sharing of Mother's Day

# 母親節相關搜尋量在3月底開始提升，5月到達高峰

Proprietary + Confidential



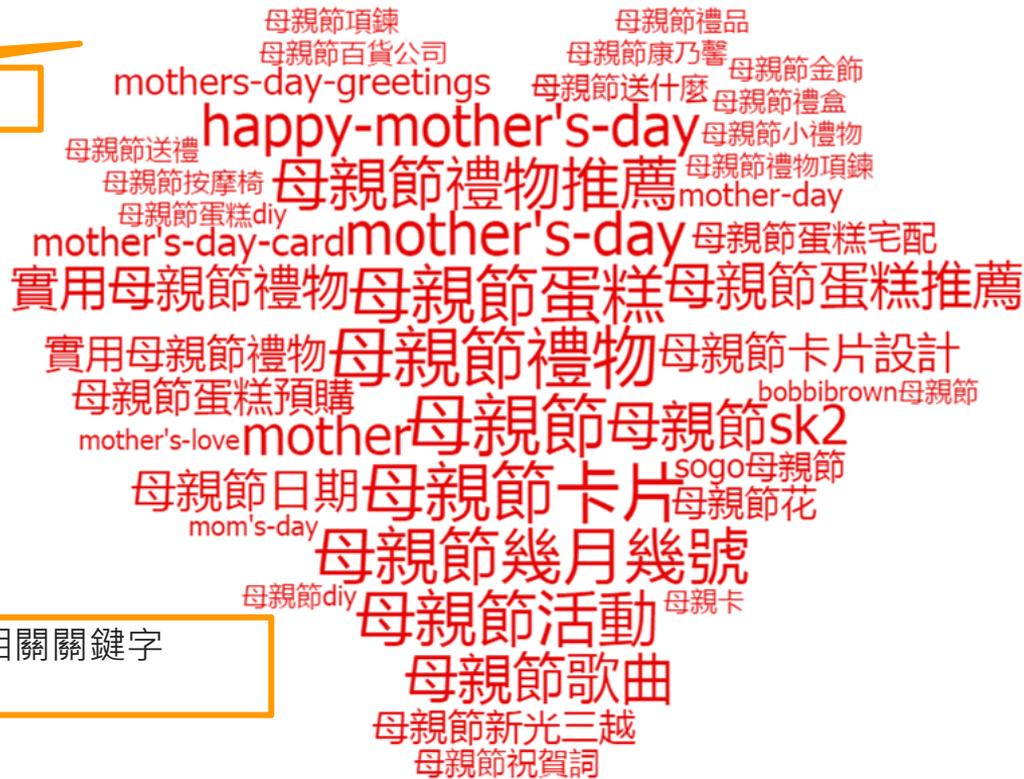
# 母親節23%的搜尋量來自禮物需求

禮物需求以美妝保養品、蛋糕、花為主

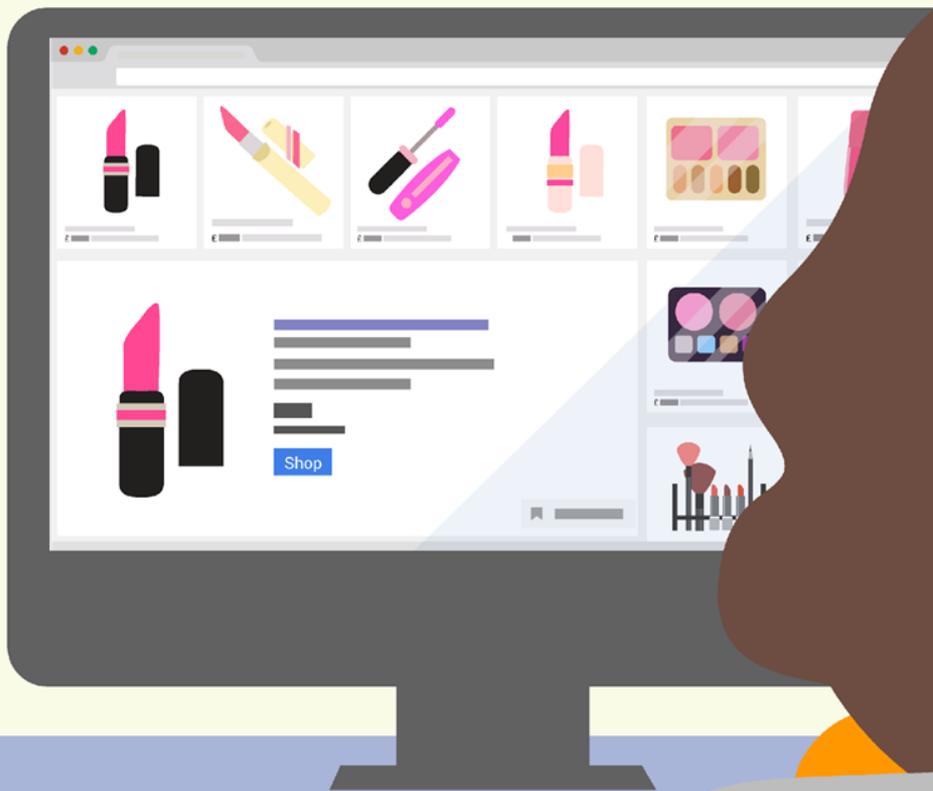
## 母親節通路搜尋量Top

- 1 新光三越(36.9%)
- 2 SOGO(36.1%)
- 3 PChome(9.1%)
- 4 MOMO(7.8%)
- 5 遠百(3.2%)

消費者搜尋網路通路+母親節相關關鍵字  
年成長率高達11.3%。







# 母親節美妝產業分析

# 母親節期間的美妝保養搜尋量2016年成長率高達24%\*<sup>roprietary + Confidential</sup>

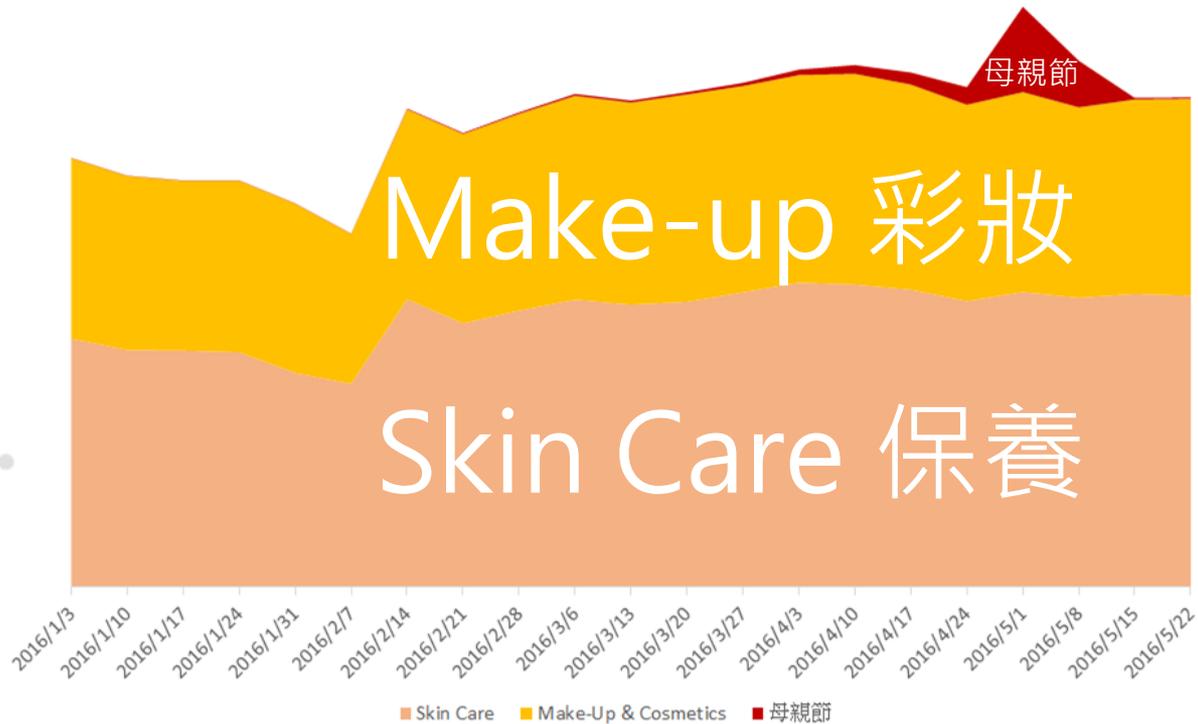
62%的搜尋量來自行動裝置

## Beauty & Personal Care



# 彩妝保養搜尋需求自3月起月成長率達25%\*

保養搜尋量是彩妝的150%，顯示在母親節檔期保養品需求格外強烈



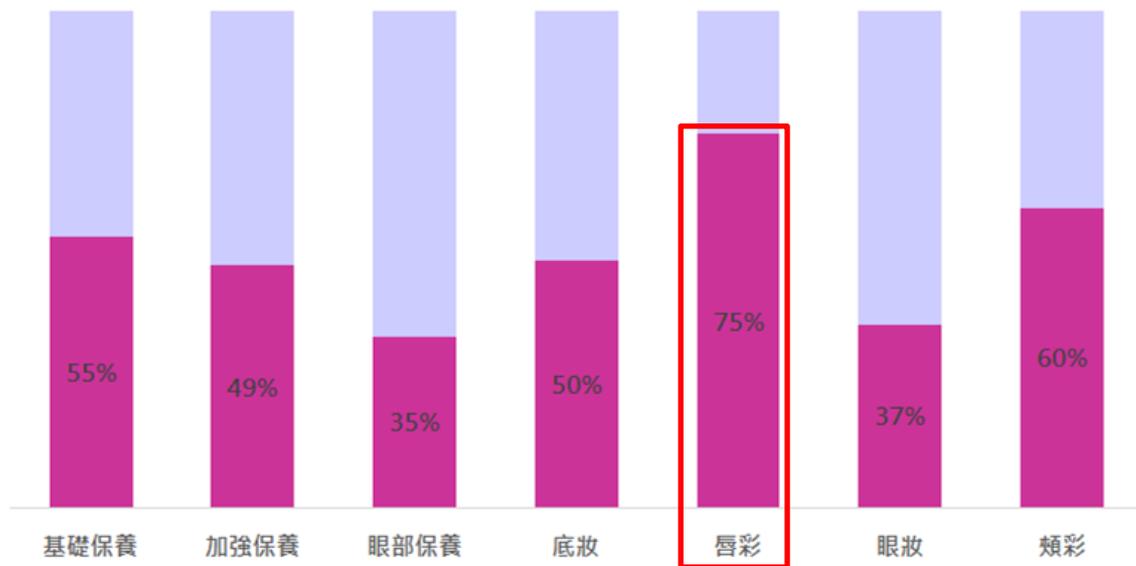


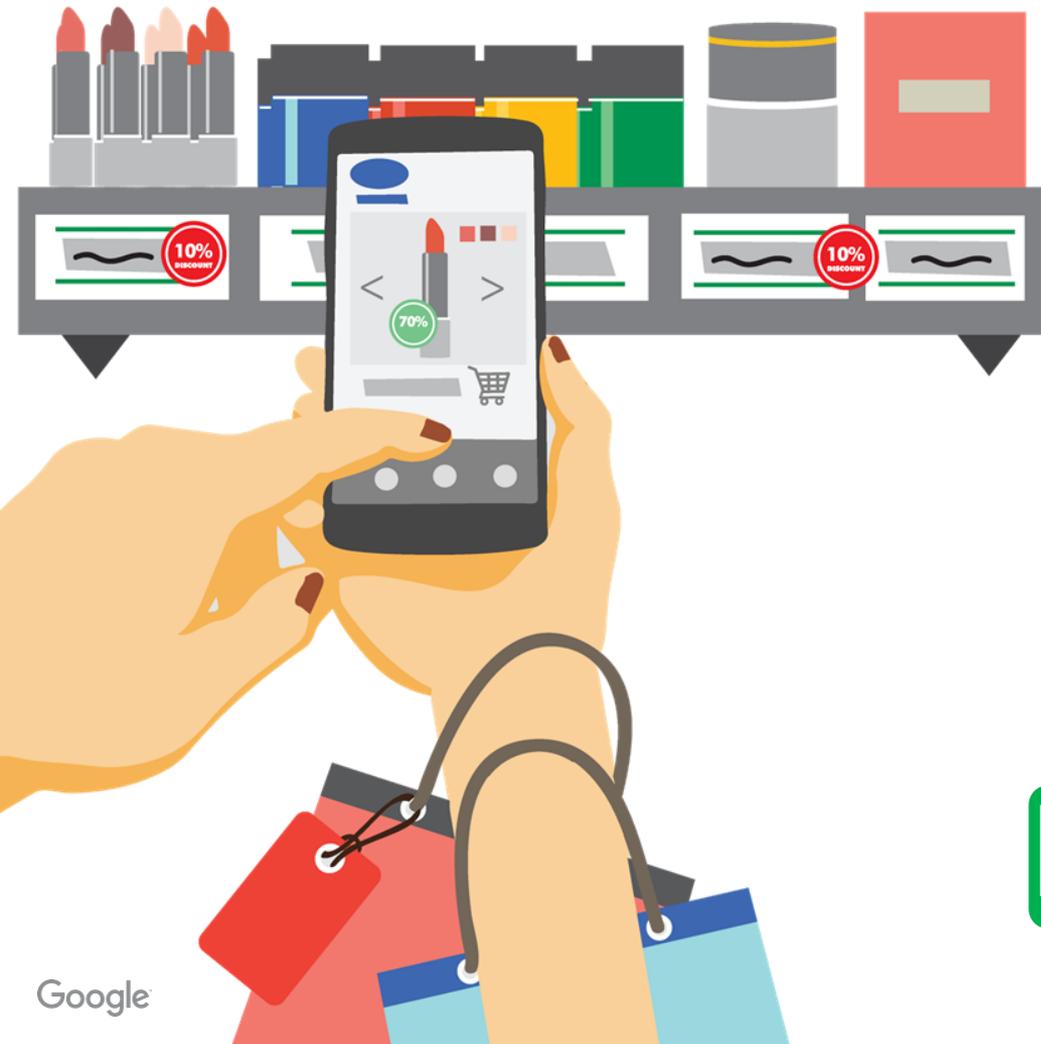


# 在美妝保養品項中，消費者搜尋唇彩特別有明確品牌偏好\*

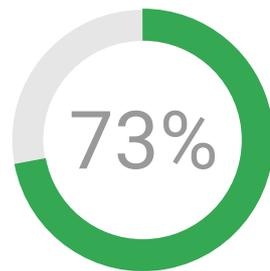
搜尋聲量

■ 品牌相關字    ■ 其他字詞





品牌在關鍵時刻曝光能強化  
心佔率，也能網羅競品TA



的消費者表示，廣告商能否  
持續提供實用資訊是影響品  
牌選擇意願最重要的因素

1 in 3



的智慧型手機使用者放棄了  
原本鎖定的公司/品牌，轉向  
其他公司/品牌購物，因為後  
者在他們有需求時適時提供  
了相關資訊

# 消費者偏好搜尋粉餅+蜜粉特惠組

Proprietary + Confidential

禮盒則以護手霜帶來最高搜尋量

## 商品組合搜尋量Top5

- 1 粉餅+蜜粉
- 2 化妝水+乳液
- 3 氣墊粉餅+蜜粉
- 4 隔離霜+粉底液
- 5 乳液+精華液



蜜+粉+氣墊+粉餅  
護手霜禮盒 面膜禮盒  
化妝水+乳液 化妝水+精華液  
面膜+化妝水 腮+紅+指甲 粉底+精華液  
氣墊+粉餅+蜜+粉 乳液+精華液  
乳霜+面膜  
口紅+護+唇膏 蜜粉+粉餅 乳液+乳霜  
指甲+油+組合 粉餅+蜜粉 乳液+化妝水  
眼影+眼線 粉餅+蜜粉 面膜+精華液  
化妝水+乳液+精華液+三+合+一  
乳液+面膜 化妝水+乳液+推薦 指甲油禮盒  
眼影+底霜 隔離霜+粉底液 乳液+精華液  
乳液禮盒 精華液+乳液 乳液+精華液  
CC霜+蜜+粉  
腮+紅+指甲+油

# 母親節期間消費者搜尋保養品以抗痘、防曬與美白為主

防曬與毛孔問題的搜尋月成長率最高

MoM +21.4%

MoM  
+236.84%

MoM +44.5%

MoM -7.5%

MoM 2.5%

MoM 27.2%

MoM 8.4%

MoM 3.0%

MoM 52.4%

MoM 38.1%

粉刺抗痘 防曬 美白 保濕 眼部問題 去角質 斑點問題 抗老拉提 毛孔問題 敏感肌

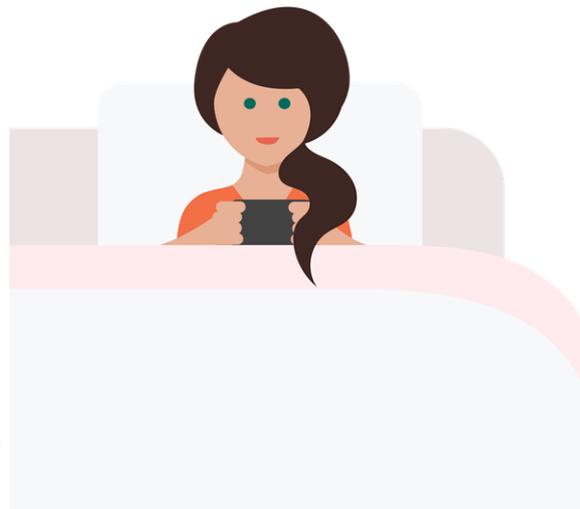
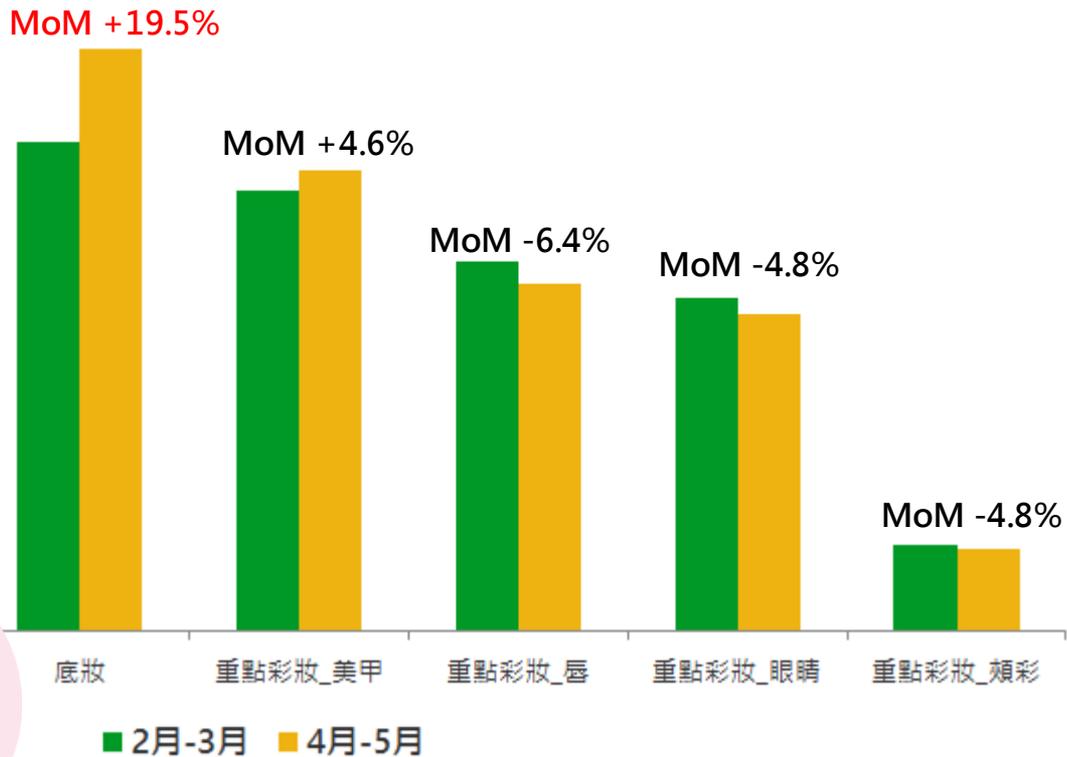
■ 2月-3月 ■ 4月-5月



# 母親節期間消費者搜尋底妝時重視輕薄感

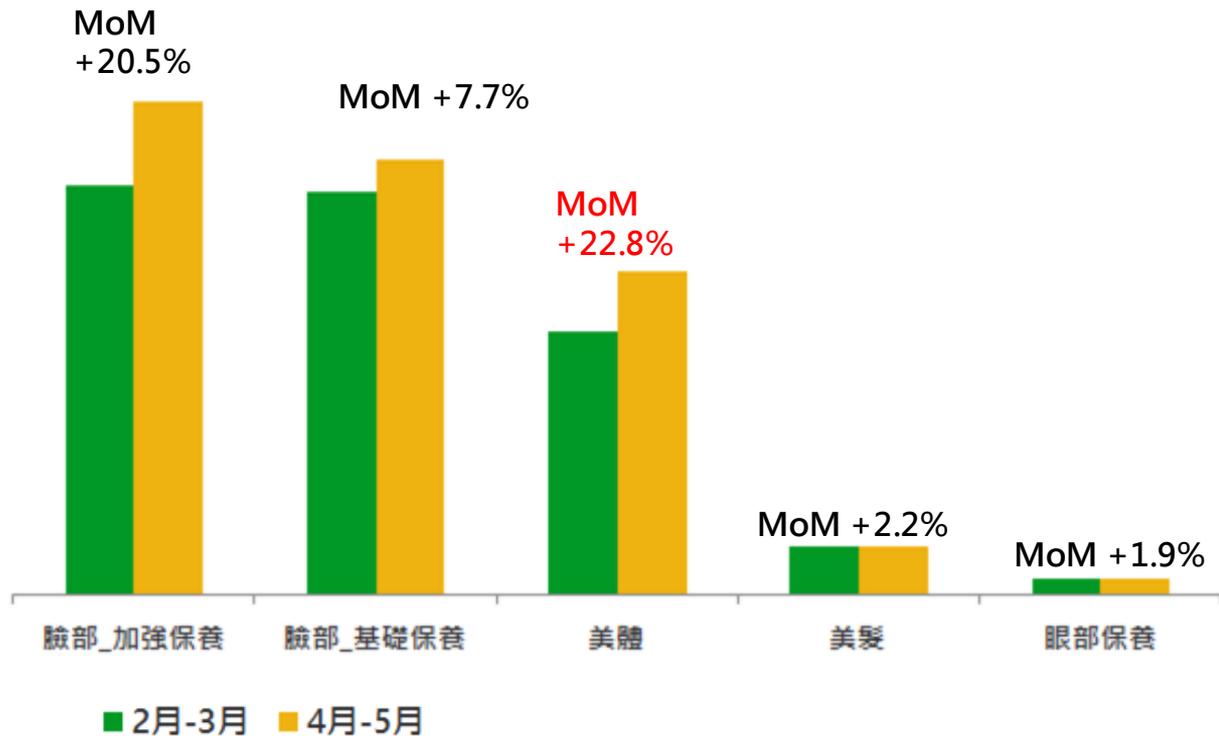
「夏天底妝」關鍵字搜尋量暴增183%

Proprietary + Confidential



# 保養品以面膜、乳霜等重點保養帶來最多搜尋量

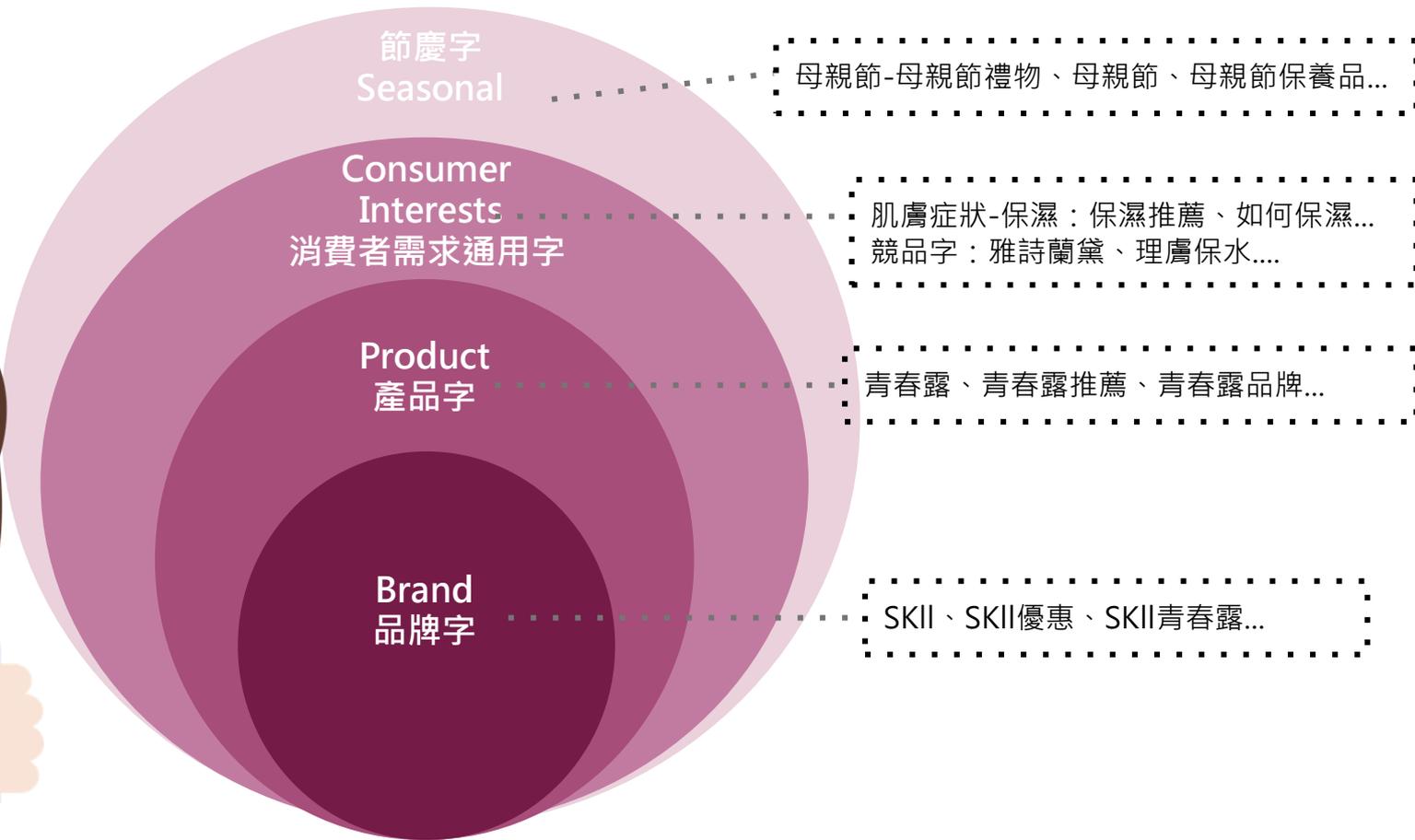
除毛等美體需求，也因邁入初夏，月成長率為保養品中最高



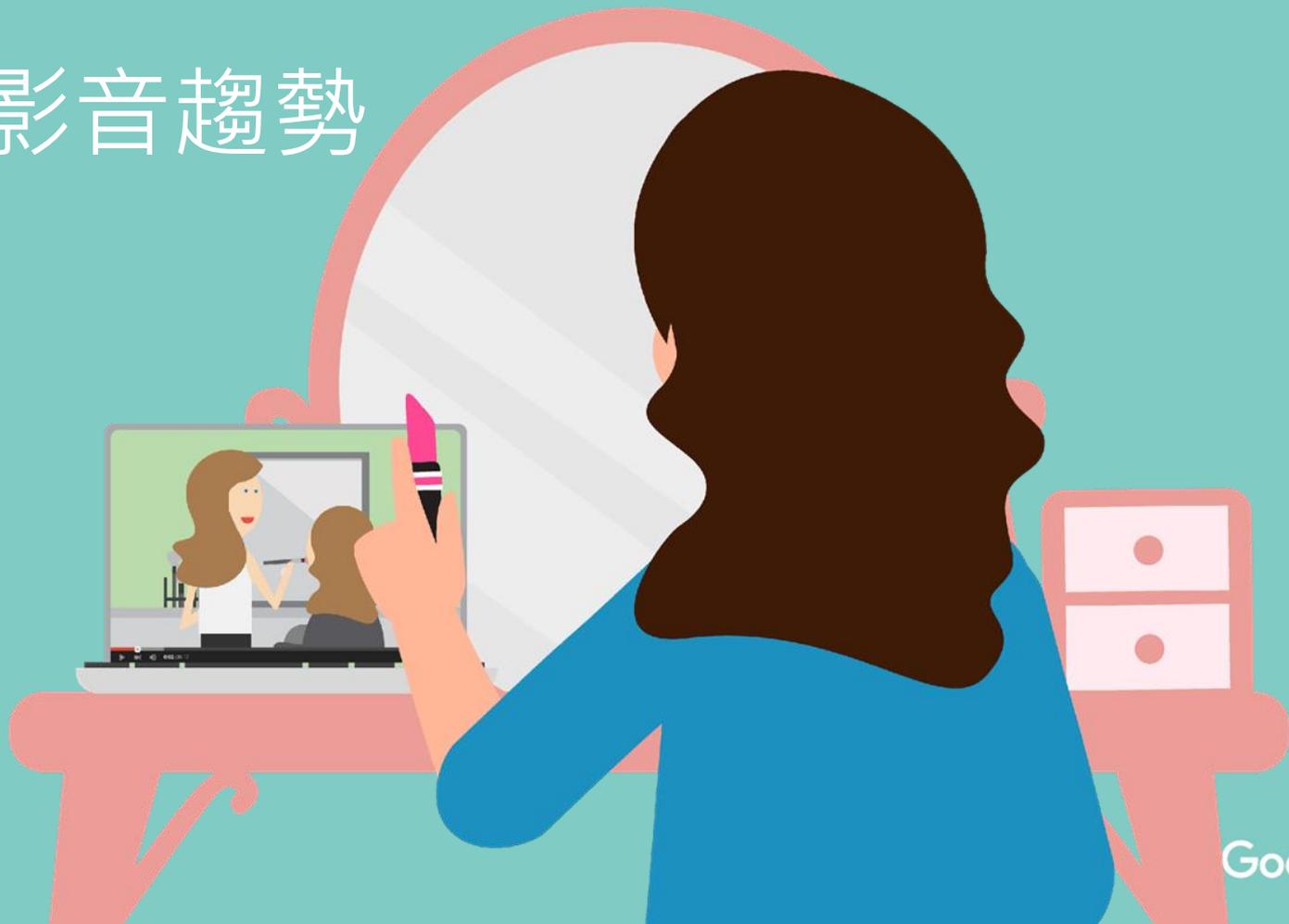
Google

Source: Google Internal Data, 2016 Feb - 2016 May

# 剖析母親節需求，建立完整搜尋帳戶架構



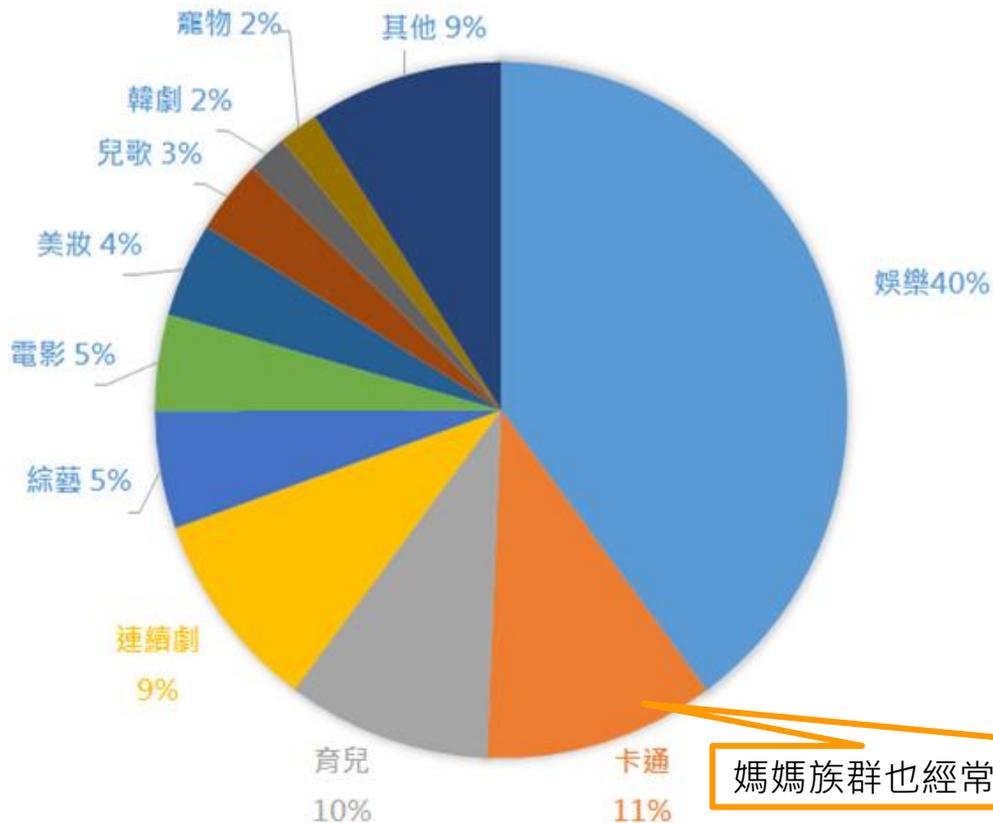
# 母親節影音趨勢





# 25-44歲的女性在YouTube上以觀看娛樂類影片為主

Proprietary + Confidential



媽媽族群也經常使用YouTube播放卡通給小孩觀看





# 母親節行銷策略

---

# 廣告365天持續溝通，母親節更擴大聲量搶佔先機

## 品牌廣告

平時固定投放廣告，  
建立品牌心占率

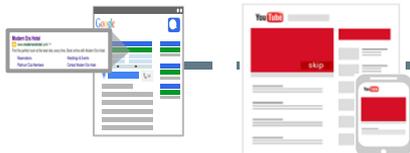


Google 搜尋廣告  
YouTube 影音廣告

3月底  
開始佈局

## 母親節主題

品牌與母親節產生連結  
主打對象廣泛，  
搜集再行銷名單



搜尋廣告



YouTube  
影音廣告

- ◎ Demo客層+Affinity興趣相似者
- ◎ Affinity+YouTube In Discovery探索廣告



GDN廣告  
◎ Affinity 興趣相似者

5月

## 消費者黃金購買時段

擴大聲量：廣告預算充足並  
提高行動出價



## 母親節過後

保留再行銷名單，  
以備周年慶之用



# 挖掘母親節TA需求，強化品牌心佔率

## 01

### 挖掘TA需求

- 1)保養搜尋量是彩妝的1.5倍
- 2)規劃符合TA期待的特惠組
- 3)夏季保養品如防曬、除毛等需求漸增

### 找出消費者

- 1)加強投遞25-44歲女性
- 2)與美妝愛好者積極溝通

## 02

## 03

### 品牌心佔率

關鍵時刻抓住消費者目光，全力經營品牌關鍵字，進攻與防禦兼備

### 廣告提前佈局

母親節需求在3月底開始加溫，行動裝置是勝負關鍵

## 04



# Appendix

# 觀測2017年初保養需求，找出更多溝通機會

**粉刺**為消費者長期熱搜症狀，  
消費者開始熱衷使用粉刺機

消費者在乎**痘痘**位置是否有  
不同意義與治療方式，前三大  
部位：屁股、下巴、額頭

消費者傾向搜尋泥面膜、隱形  
霜、收斂水處理**毛孔問題**

**去角質**搜尋量：臉 > 頭皮  
> 唇部 > 身體



**皺紋**的熱門醫美療程為音  
波拉提與埋線拉提，眼下  
、眼周細紋也備受關注

**美白**除了保養外，消費  
者也希望透過醫美美白針  
與美白錠、美白食物達成  
目標，淡斑皂的搜尋量更  
高達20%

# 2017年初保養熱門搜尋關鍵字

基礎保養Top	加強保養Top	美體保養Top	眼部修護Top	美髮Top
化妝水	面膜	護手霜	眼霜	染髮劑
卸妝推薦	面膜推薦	護手霜 推薦	眼膜	染髮劑推薦
化妝水推薦	隔離霜	私密處除毛	眼膜推薦	潤髮乳推薦
洗面乳推薦	青春露	除毛	韓國眼膜	頭皮護理
乳液	隔離霜推薦	沐浴乳	眼膜黑眼圈	天然染髮劑

# 2017年初彩妝熱門搜尋關鍵字

底妝Top	頰彩Top	眼妝Top	唇彩Top	美甲Top
氣墊粉餅	腮紅推薦	眼影	護唇膏	指甲彩繪
粉底液	修容推薦	眼線	口紅	光療 指甲
CC霜	修容	眉筆推薦	唇膏	指甲油
遮瑕膏	腮紅	眼影推薦	口紅推薦	法式指甲
蜜粉推薦	修容棒	睫毛膏推薦	唇膏推薦	水晶指甲

GO  GLE

Thank You