

# 普拉缇娜品牌策划方案

## ❖ 品牌定位

基于这次普拉缇娜品牌系列征集活动的具体要求，我们对于普拉缇娜品牌进行了前期的了解，总结要点如下：

### ➤ 健康之美

普拉缇娜，源于新兴的瑜伽运动“普拉提”延伸而来，倡导健康之美，坚持帮助每个女性实现健康的“美丽之心”的研发理念。

对于眼膜市场的其他产品，这便是我们的特点。不像雅诗兰黛眼霜“搞定一切眼部问题”，不像丸美系列产品“眼部护理大师，弹弹弹，弹走鱼尾纹”——**倡导并帮助女性实现由内而外的健康之美，这就是我们的品牌精髓。**

### ➤ 网络销售

通过市场分析，大家对于普拉缇娜品牌的了解是基于网络销售渠道的。笔者作为女性消费者，也是通过女人我最大推荐普拉缇娜水晶胶原蛋白眼膜从而开始了解品牌的。

品牌走的是网络销售渠道，消费群体应该多为 20~40 岁不同年龄层喜欢网购的女性消费者，就应该利用网络多元化的平台，因此**广告语和品牌故事应该吸引网络用户，由网络走向现实生活的口碑营销。**

### ➤ 旗舰产品

品牌前期主要以眼部护理为主打产品，主要为胶原蛋白类眼膜、眼霜等系列品类产品，后期基于普拉缇娜眼部产品的内涵认知后扩张至整个品类的护肤品。

因此，**由眼部护理旗舰产品出发进行品牌推广定位，打造眼部护理第一品牌从而突出健康之美的品牌内涵。**

## ❖ 广告语——『流年恒美·无关岁月』

根据以上对于品牌定位进行的具体分析，基于眼膜眼霜等眼部护理产品对于普遍女性消费者的功效——减轻眼袋、抚平鱼尾纹、淡化皱纹、防止减轻细纹，恢复眼部神采，为了更好地突出表现品牌内涵，我们设定广告语为“**流年恒美·无关岁月**”，具体如下：

➤ 设计创意理念:

是谁惊艳了少年温柔了时间 是谁遗忘了岁月不知了进退

是谁震撼了芳心执起了素手 是谁淡忘了回忆放却了执着

是谁敛起了风霜染白了青丝 是谁泪染了碧落微笑了黄泉

岁月模糊了流年，时间遗忘了容颜。

普拉缇娜，吻你之眸，祛你半世流离，抚你之面，留你一世容颜。

你的流年一直恒美，与岁月无关。

➤ 具体含义阐释:

1. **流年、岁月均为时间的概念。**对于女性而言，红颜易老，美人迟暮，时间是把杀猪刀——快狠准。如何让美为每一个女子驻足停留？怎样才能不让时间苍老了容颜改变了模样？普拉缇娜可以，它，带给你最自然最健康的美，滋润你心灵的窗户，放慢了时间，改变了岁月。
2. **“流年恒美”。**其实谁也无法改变时间强大的“杀伤力”，毕竟它客观存在。但普拉缇娜崇尚的是由内而外的“健康之美”，美丽不但是外表的容颜，更是一种生活态度，一种生活方式，一种崇尚自然、寻找真我的心境——而正因为这些，流年的美丽会永恒持续。
3. **“无关岁月”。**时间染指流年，岁月苍白容颜。流年是如水般流逝的年华，因为经历而成长而收获而懂得珍惜；岁月是从指间荡过的脂水，让人轻易就想到苍白、衰老、黯淡。然而，普拉缇娜告诉我们，流年里的那些美丽一直都在，与岁月无关。
4. **不落俗套、主题突出。**由于主要是针对各个年龄层的女性消费者进行网络销售渠道，并且大家对网络中铺天盖地的直白广告已然毫无兴趣了，若采取太俗太直的广告将会适得其反，所以设定这样“小清新”的富有情趣的广告语。

## ❖ 品牌故事

基于上述突出品牌内涵、产品特征的广告语，以广告语为主题撰写以下的品牌故事。**希望普拉缇娜品牌可以花一丁点儿时间认真浏览以下的文字，写下这段话，只是希望您可以更好地了解我的创作理念。**

➤ 创作理念:

当我写这一份策划案时，我更多把自己设身处地从一名女性消费者来考虑，可能带有一

定程度的个人感情色彩，但我相信作为感性动物的女性或多或少都会有类似的感受。至少，我已经厌倦了狗血的爱情故事、王子拯救公主的情节、故事中太多的广告植入。也许笔者写的故事与大家的可能都不太一样，但我认为能让人引起共鸣的故事才是真正的好故事，即便没有明显的产品广告痕迹，一定会拥有更好的推广效果。

### ➤ 一个推销意味很淡的“非商业”品牌故事——【流年恒美·无关岁月】

我是 Miss A，大家都喜欢叫我普拉，女，25岁，自由撰稿人，毕业已3年。我选择了很多女生想过却不敢选择的生活，不必踩着10cm 高跟鞋拥有火箭般的飞速，不用忙着连喝水都觉得浪费时间的高压工作，不必每天过着在工作里暗无天日却又打了鸡血一样鸡冻的日子。我背着大大的双肩包到处流浪。我喜欢坐在车上颠簸的感觉，没有目的地的飘荡，安稳，平静。

我去过北京，去看古老城市与现代化的强烈冲击碰撞，去感受酒吧里地下摇滚轰轰烈烈的爱情，去听清早北京城缓缓清醒时白鸽振翅的声音，去观公园里老人拎着收音机吊嗓子唱京剧……

我去过西藏，去看最纯净的天空和流云，去看一路叩拜的虔诚老人，去吃仓央嘉措和玛吉阿米在八角街旁幽会的餐馆，去闻弥漫在空气中的阵阵檀香，去感受震撼人心让人窒息的美好……

我去过云南，穿蜡染布服饰用银簪挽起长发，在咖啡馆看看书晒晒太阳，和陌生人一起喝茶聊聊天，听流浪歌者在街头弹弹琴唱唱歌。云南很美，苍山洱海美，古城房子街道美，但是最美的还是人……

我去过法国，坐在街边咖啡店里吃着牛角面包看着来往行人，背着照相机拍埃菲尔铁塔下各色情侣，在塞纳河边学着街头画家涂涂画画。我去过撒哈拉沙漠，寻找三毛曾留下的足迹，像她一样披头散发穿着布质吊带裙赤着脚在沙漠里奔跑……

每到一個地方，我都会寄给素未蒙面的 MissB 一张明信片，因为是她当初鼓励我追求真正的自己，去过自己想过的生活。

我叫缇娜，不过大家好像只记得我的英文名 Tina，33 岁，市场部经理。我和多数职业女性一样屈服于生活的压力，从事着一个谈不上喜欢的工作。在职场摸爬滚打多年，圆滑处理各种人际关系，对办公室政治游刃有余，成为了别人羡慕的“白骨精”。而一切光鲜的背后，只有我自己知道付出过什么，但在我看来一切也许一直是值得的。

开始这份工作，我便开始了在工作里暗无天日无比压抑但却又每天像打了鸡血的日子。

我曾每天过着连喝水都觉得浪费时间、工作超过 12 小时、最丰盛餐点在晚上 10 点以后的日子。我曾一度觉得睡觉是最浪费生命的事情，每天睁开眼是工作，闭上眼后还是工作。

我可以上下班踩着十几厘米高跟鞋脚步快到像竞走，下班后还会歇斯底里打电话催各种设计或者沟通项目进度。不记得多少个晚上顾不得早上画的黑色眼线晕开得一塌糊涂，一边恨骂一边熬夜看各种数据分析市场。

我的脚步永远是快的，呼吸永远是急促的，每天疲惫压紧着恐慌包围着，总担心稍作停留，自己就要被别人比下去。这变成了我习以为常的节奏，它让我游刃有余地面对，甚至这样的急促才能提醒我活生生地存在。

这也许不是我想要的但毕竟是我选择的。不过最开心的是不时地收到远方的明信片，来自一个拥有美丽之心的梦想者，让我保持了在流年的颠沛流离中坚持的动力，翻开明信片，写到——

*"MissB:*

*流年恒美·无关岁月。*

*From MissA"*

#### ➤ 精炼 300 字

生活中你可能扮演着不同的角色：

可能是 MissA 普拉，个性恬静，不随波逐流，渴望自由，寻找真我，用自己的脚步去丈量生命的梦想，感受不确定的人生，收藏每一次相遇和离开的流年回忆；

可能是 MissB 缇娜，认真的完美主义，能干聪敏，积极的生活工作着，有自己的主见，用自我奋斗度量生活的意义，不屈服于世界的疯狂咆哮，用坚持拓印痴美的流年。

.....

无论是普拉，抑或是缇娜，神奇的明信片“流年恒美·无关岁月”，将 MissA 和 MissB 紧密联系。因为她们是相同的，同样拥有着不畏流年岁月荡涤的“美丽之心”——美有着不同的形式，心灵才是美的源泉，而他们都拥有着自己恒久的美丽。

普拉缇娜告诉我们这群大大小小各种各样的“MissA”和“MissB”，美也许是一种独特的个性，是一种积极的生活态度，是一种健康的生活方式，是一种无拘无束的自由，是一种不懈坚持的倔强。

选择普拉缇娜，崇尚自然健康之美，寻找自己的专属魅力！

爱自己，爱健康，爱自然，爱美丽！流年恒美·无关岁月.....

## ❖ 写在最后

此次的广告语以及品牌故事的设定，仅基于我个人对于普拉缇娜品牌内涵的理解，没能及时与品牌负责人进行细致的沟通了解，可能存在一些不足或者片面的地方，也许对于品牌的定位有失偏颇，敬请见谅。

但我绝对是很用心地去进行品牌调研、分析之后进行原创设计的，希望我的策划方案可以得到您的青睐。如果能得到您的认可，您需要任何地方的修改可以联系我。谢谢~

QQ: 310716664

Twinkle 墨沫