

短剧营销如何实现品效合一 撬动GMV200%增长

👤 Helen

国货知名彩妆品牌&歆桃影视创始人



品牌挤破头堆短剧，还值得冲吗？



短剧红海，品牌入局3步走

- 第一步** • **观市场**
品牌定制剧是什么？
- 第二步** • **定策略**
品牌定制短剧怎么做？
- 第三步** • **撬增长**
为什么越来越多品牌入局？



品牌定制短剧 ≠ 长剧缩短版影视作品 ≠ 中插植入广告剧

品牌定制短剧 = 短剧电商



目前市面上主要的短剧类型是3种

	爱优腾短剧	小程序付费短剧	品牌定制剧 (抖音/快手/淘宝)
时长:	10mins	1mins	3mins
集数:	25-30集	100集+	20集内
形式:	平台会员制点播	单集付费短剧	免费单集连续剧情
类型:	传统影视剧情形式	偏爽剧风格	呈现品牌核心理念的内容

品牌做定制剧要达成什么目的？

01

·扩人群·

品牌的爆品品类人群扩圈

·短剧方案·

强剧情、弱种草，
适合找剧情类达人或小明星

02

·品牌拉升·

深层产品种草+品牌价值观输出

·短剧方案·

重质感、重故事、立人设，
建立强信任转化

03

·打爆品复购·

同样人群圈层做产品迭代，
如联名款推新

04

·打新品·

新人群，扩品类人群

·短剧方案·

重专业、重产品研发故事、使用场景、
故事情节化，适合找垂类达人来演

品牌定制剧找谁来演，用什么号播？

01. 剧情号博主：

案例类型：

姜十七

发布账号：

博主本人号

剧情号博主适用于以扩人群为目的的品牌需求



品牌定制剧找谁来演，用什么号播？

02. 专业演员

发布账号：

剧情机构号

同样适用于以扩人群为目的的品牌需求

优点：

专业演员的演技代入感更强，故事的类型可以更多元化



品牌定制剧找谁来演，用什么号播？

03. 艺人

案例类型：

谷雨&徐梦洁，李川《大过年》

优点：

适用于品牌扩人群和品牌拉升



品牌定制剧找谁来演，用什么号播？

04.达人主播

案例类型：

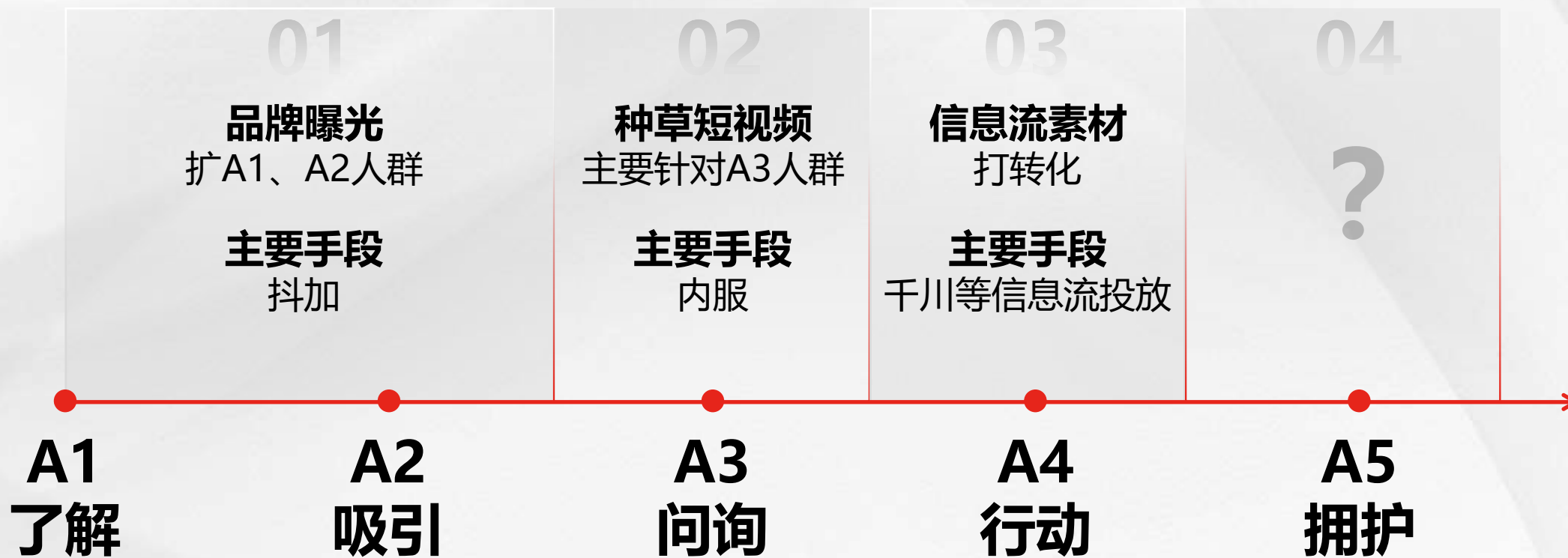
烙色彩妆&主播妮妮《听说总裁睡不着》

优点：

**更强于品牌拉升和打新品，
提升专业度和转化**



短剧内容的形式取决于内容模型



品牌为什么要做短剧？

兴趣

信任

引言：所有的品牌内容、广告都是在为引起兴趣或建立信任服务的

短剧是品牌广告内容的一种新型形态，是从**图文**→**短视频**→**直播**→**短剧**的迭代和进化过程
品牌定制短剧从本质上来讲是另一种广告形态，而不是另一种影视作品形态，不能脱离引起
兴趣和建立信任来做品牌内容

品牌定制短剧是否适合小品牌？

大品牌短剧策略：

广铺，多部剧车轮战扩人群，
及时做好人群流转和承接转化

小品牌短剧策略：

做精品，做质感，选主播来演，
重转化，同步在主播直播间和自
播间直接转化

Think About It:

【品牌价值】

剧本是否为品牌而生？

【打通A1-A4】

是否能和直播深度链接，直接进行转化？

【放下爆款执念】

品牌做短剧不要执着于「爆剧」



短剧营销如何实现品效合一？



品牌短剧=种草+价值观输出+扩圈+流量沉淀+赋能品牌 创立新短剧“品销合一”模型 聚焦“内容+品效”升级

原创定制

定制化剧本+专业制作班底
深度融合品牌，传达品牌愿景

主播主演

以达播主播或种草达人为主演
和品牌深度绑定，聚焦人+品
的结合，增量转化



内容场景

通过短剧的内容场景，赋能品牌和品，
增加品牌价值和曝光促进转化

流量沉淀

闭环链路达到品-效转化模型
短剧沉淀品牌流量

主播+短剧+自播间+达播间的新型链路

歆桃

团队核心成员来自于品牌和长剧班底，擅长对品牌产品的融入和内容的质感呈现
可做短剧内容针对泛人群，但更擅长制作针对精准人群的内容

目前主要的短剧形式

01

达人主播做短剧主演

+

达播/自播

02

品牌店播做短剧主演

+

自播活动策划

03

专业演员做短剧主演

+

自播活动策划

歆桃短剧案例-柏瑞美



剧名: 《来自深海的他》

集数: 20集

上线时间: 2024年5月8日

亮点:
短剧热门演员主演

整体数据:
短剧上线1天, 播放量破**1000w**

抖音短剧最新榜: **Top8**

抖音短剧最热榜: **Top6**

播放量突破**1亿+**

话题播放量累计**5.5亿+**



歆桃短剧案例-烙色彩妆 (短剧+直播)



剧名：《听说总裁睡不着》

集数：20集

上线时间：2023年11月

亮点：

达播主播做主演 品牌产品定制融入

整体数据：

播放量：**6000w+**

短剧上线期间，烙色品牌自播数据提升**1.5倍**

短剧上线期间，自播和达播销量累计**4700w+**

抖音短剧最新榜：**Top4**



1. 品牌文化融入

2. 短剧营销链路

(短剧 + 直播) 内容矩阵打法

- 定制主题策划
- 品牌自播升级
- 品牌达播曝光

歆桃短剧案例-烙色彩妆 (短剧+直播)

品牌产品卖点的提炼展示，与剧情深度融合呈现



有效渗透露出产品核心卖点提升观剧人群和购买人群意愿

歆桃短剧案例-烙色彩妆 (短剧+直播)

千川信息流 短剧混剪



烙色自播 同款销量增长



烙色品牌店播增长数据

	平均场观	互动率	转化率	GMV
短剧投放前	95 人	6%	1.65%	35w+
短剧投放中	313人	25%	2.3%	85w+
增长率	230%	340%	39.4%	142%

短剧投放后，自播策划结合剧情
品牌自播的整体数据有幅度增长



品牌定制短剧的核心本质



品牌定制剧

取代短视频的新型内容形态

原来的短视频短视频更多for种草和干川信息流

用品牌的角度看短剧

宇宙的尽头是卖货
最终的核心需求是转化