



# DIGILIFE PROJECT BRIEF

MILLE AIMS TO INCREASE BRAND VISIBILITY AND RELEVANCE ON TIKTOK BY JOINING THE DIGILIFE PROGRAM, LEVERAGING CREATIVE SHORT-FORM VIDEO AND LIVE STREAMING GENERATED BY PARTICIPATING UNIVERSITY STUDENTS WHO REPRESENT THE GEN Z MINDSET AND INNOVATION. THROUGH THIS INITIATIVE, THE BRAND SEEKS TO STRATEGICALLY EXPAND ITS CUSTOMER BASE TO REACH GEN Z AND FIRST JOBBERS, AN EMERGING CONSUMER SEGMENT WITH GROWING PURCHASING POWER AND STRONG INFLUENCE ON DIGITAL TRENDS. BY COLLABORATING WITH YOUNG CONTENT CREATORS, MILLE EXPECTS TO DRIVE ORGANIC AWARENESS, SPARK GENUINE PRODUCT INTEREST, AND STRENGTHEN BRAND AFFINITY AMONG A NEW GENERATION OF BEAUTY CONSUMERS WHO ACTIVELY ENGAGE AND MAKE PURCHASE DECISIONS THROUGH SOCIAL MEDIA PLATFORMS LIKE TIKTOK.

- ABOUT MILLE (01)**
- PROJECT OVERVIEW (02)**
- TARGET AUDIENCE (03)**
- BRAND PAIN POINTS (04)**
- PRODUCT KEY FEATURE (05)**
- CAMPAIN BRIEF (06)**
- DO AND DON'T (07)**
- KPI (08)**
- Q&A SESSION (09)**





# ABOUT MILLE

Mille is a world-class cosmetics brand delivering premium quality straight from leading research centers and production facilities in South Korea. Our story began in 2005 when the company's founders became the first official distributors of Korean cosmetics in Thailand. With strong, long-standing partnerships across the global beauty industry—including Korea, the USA, Italy, and France—Mille deeply understands the unique needs of consumers in Thailand and across Asia.

This foundation empowers Mille to create products that rival international luxury brands in both quality and innovation. All products are developed and manufactured at world-renowned facilities that export to Europe, the United States, and Asia, using advanced research from institutes in Korea, Europe, and the USA.

## MILLE—MEANING: ONE THOUSAND MILLE

Mille is a beauty brand that carefully sources the best ingredients and technologies from every corner of the world. No matter how far—across a thousand miles—we go the distance to bring only the finest into every product. Our mission is to offer international-standard quality that everyone can access at an affordable price.

# WHERE GEN Z CREATIVITY MEETS MILLE'S BRAND VISION

MILLE AIMS TO INCREASE BRAND VISIBILITY AND RELEVANCE ON TIKTOK BY JOINING THE DIGILIFE PROGRAM, LEVERAGING CREATIVE SHORT-FORM VIDEO AND LIVE STREAMING GENERATED BY PARTICIPATING UNIVERSITY STUDENTS WHO REPRESENT THE GEN Z MINDSET AND INNOVATION. THROUGH THIS INITIATIVE, THE BRAND SEEKS TO STRATEGICALLY EXPAND ITS CUSTOMER BASE TO REACH GEN Z AND FIRST JOBBERS, AN EMERGING CONSUMER SEGMENT WITH GROWING PURCHASING POWER AND STRONG INFLUENCE ON DIGITAL TRENDS. BY COLLABORATING WITH YOUNG CONTENT CREATORS, MILLE EXPECTS TO DRIVE ORGANIC AWARENESS, SPARK GENUINE PRODUCT INTEREST, AND STRENGTHEN BRAND AFFINITY AMONG A NEW GENERATION OF BEAUTY CONSUMERS WHO ACTIVELY ENGAGE AND MAKE PURCHASE DECISIONS THROUGH SOCIAL MEDIA PLATFORMS LIKE TIKTOK.



# TARGET AUDIENCE

---

AGE:

**18 - 35 YEARS OLD**

DIGITALLY ACTIVE, HIGH INTEREST IN BEAUTY & LIFESTYLE

---

CLIENT:

**MEDIUM BUSINESS**

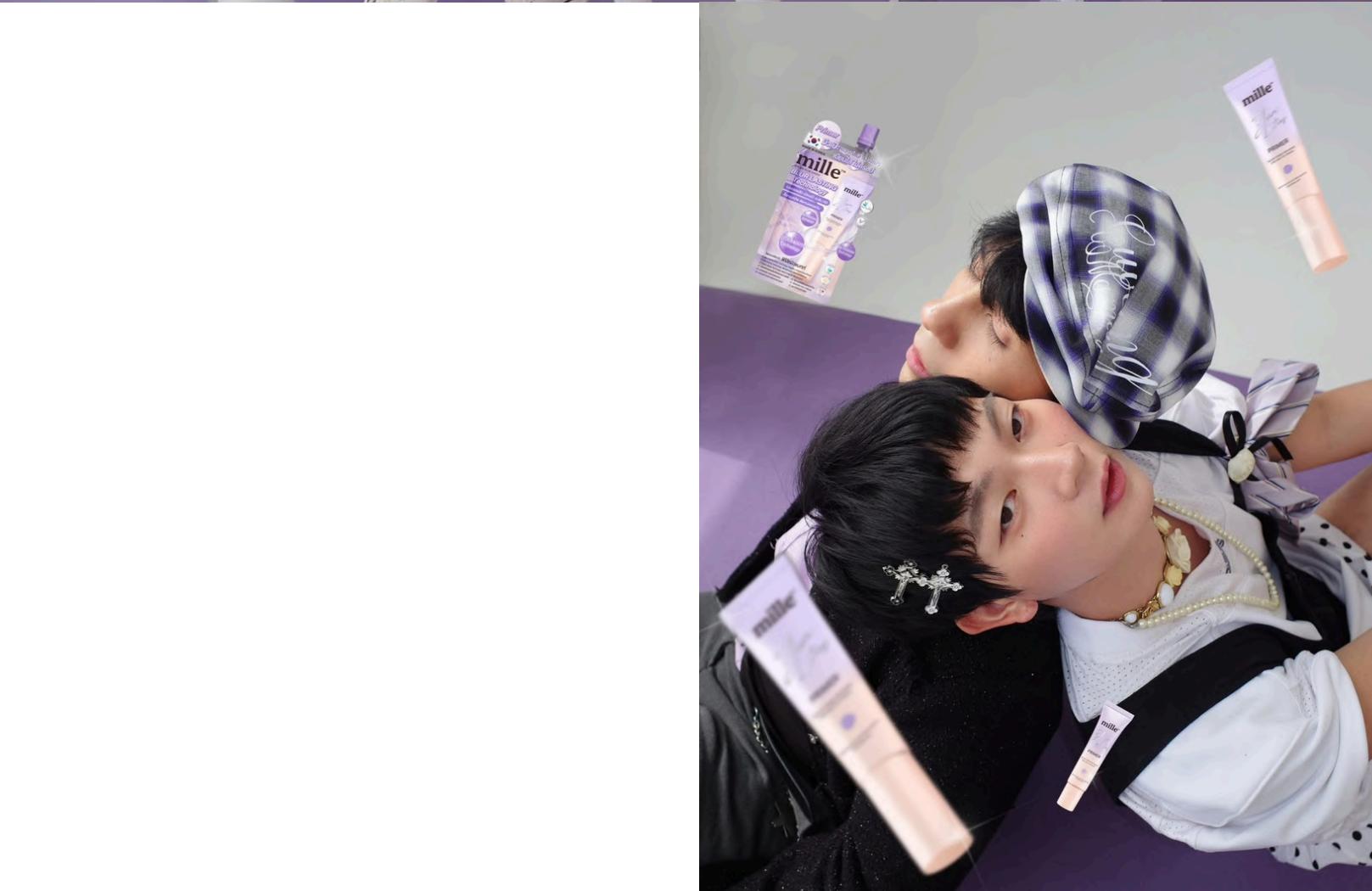
---

LOCATION:

**THAILAND**

---

AT MILLE, WE BELIEVE BEAUTY SHOULD FEEL REAL AND EFFORTLESS. THAT'S WHY EVERY PRODUCT WE CREATE BLENDS KOREAN INNOVATION WITH WORLD-CLASS QUALITY DESIGNED FOR THE NEW GENERATION THAT DARES TO BE THEMSELVES.



**03**

MILLE IS FACING MARKETING CHALLENGES IN REPOSITIONING THE BRAND TO APPEAL TO MORE MATURE GEN Z AND FIRST JOBBERS, AS CURRENT PERCEPTION TENDS TO SKEW TOWARD YOUNGER TEENS. ALTHOUGH ITS PRODUCTS ARE MANUFACTURED IN KOREA WITH WORLD-CLASS STANDARDS, CONSUMER AWARENESS AND BRAND CREDIBILITY ARE STILL LIMITED WHEN COMPARED TO STRONGER COMPETITORS IN THE BEAUTY CATEGORY. ADDITIONALLY, CONTENT STRATEGIES HAVE NOT YET FULLY ALIGNED WITH NEW-GENERATION DIGITAL BEHAVIOR, WHICH PRIORITIZES AUTHENTICITY, SHORT FORM VIDEO STORYTELLING, AND CREATOR INFLUENCE, PARTICULARLY ON FAST MOVING PLATFORMS LIKE TIKTOK.

LEVERAGES GEN Z CREATORS TO PRODUCE AUTHENTIC SHORT FORM CONTENT



IMPROVING BRAND RELEVANCE AND EMOTIONAL CONNECTION WITH CONSUMERS ON TIKTOK.

AMPLIFIES BRAND CREDIBILITY BY SHOWCASING PRODUCT QUALITY THROUGH USER-GENERATED ENDORSEMENTS



HELPING REINFORCE MILLE'S POSITIONING AS WORLD-CLASS BEAUTY MANUFACTURED IN KOREA

PROVIDES ACCESS TO NEW CONSUMER INSIGHTS AND DIRECT ENGAGEMENT



HELPING REFINE MARKETING DIRECTION TO BETTER RESONATE WITH GEN Z AND FIRST JOBBER LIFESTYLE AND PURCHASING BEHAVIOR.

# Brand Pain points



Snail Bright  
Primer  
8g.



DESIGNED TO CONTROL OIL FOR UP TO 18 HOURS WHILE SMOOTHING SKIN AND MINIMIZING THE APPEARANCE OF PORES, THIS PRIMER BLENDS SEAMLESSLY BEFORE MAKEUP OR WHEN MIXED WITH FOUNDATION.

FORMULATED WITH NOURISHING INGREDIENTS, IT HELPS MAINTAIN SKIN MOISTURE THROUGHOUT THE DAY WITHOUT CLOGGING PORES OR CAUSING IRRITATION. IDEAL FOR THOSE WITH SENSITIVE OR ACNE-PRONE SKIN SEEKING A LONG-LASTING FLAWLESS BASE.

Aura Bright  
Primer  
8g.



A GLOW-ENHANCING PRIMER INFUSED WITH FINE PEARL PARTICLES AND POWERFUL NATURAL EXTRACTS TO DELIVER INSTANT RADIANCE AND HYDRATION.

CAN BE USED ALONE OR MIXED WITH BB CREAM TO BRIGHTEN DULL SKIN AND PROMOTE A LUMINOUS, HEALTHY-LOOKING COMPLEXION.

SUPPORTS SKIN NOURISHMENT AND HELPS IMPROVE ELASTICITY WHILE MAINTAINING LONG-LASTING LUMINOSITY WITHOUT DULLNESS.

Blur Lasting  
Primer  
8g.



A SOFT-FOCUS MATTE PRIMER THAT INSTANTLY BLURS IMPERFECTIONS USING BARE-LAVENDER TONE CORRECTION TECHNOLOGY.

COMBINES HYDRA-MATTE AND BLUR LASTING TECHNOLOGY FOR OIL CONTROL WITHOUT DRYNESS, PROVIDING A REFINED, FILTER-LIKE FINISH.

ENRICHED WITH SKINCARE ACTIVES AND MICROBIOME SUPPORT TO HELP STRENGTHEN THE SKIN BARRIER WHILE ENHANCING MAKEUP DURABILITY.

# Product Key Feature



**“I DON’T CHOOSE WHO I AM, I AM ALL OF THEM”**



Snail Bright  
Primer  
8g.

## SNAIL BRIGHT PRIMER ✨

ไฟรเมอร์ร้อนสารบำรุง คุณเป็นสุวใช้ได้ อ่อนโยน ไม่อุดตัน ไม่เป็นขุย ไม่มีพาราเบน คุณมัน 18 ชั่วโมง



ใช้สำหรับก่อนแต่งหน้า หรือผสมกับ รองพื้นและบีบีครีม ช่วยเบลอรูขุมขน ช่วยให้ผิว หน้าเรียบเนียน ทำให้เครื่องสำอางติดทนมากยิ่งขึ้น นาพร้อมสารบำรุงมอบความชุ่มชื้นให้ผิวหน้าสุขภาพดีตลอดเวลา ไม่หนองคั่ำระหว่างวัน ล็อคเครื่องสำอางติดทน ✨

- ♥ คุณมัน เบลอผิวเนียนใส
- ♥ ความติดทน
- ♥ ผิวเรียบเนียน
- ♥ ให้การบำรุงชั่วโมง
- ♥ กันน้ำ กันเหงื่อ

Aura Bright  
Primer  
8g.

## AURA BRIGHT PRIMER ✨

ไฟรเมอร์อ่อร่า ผิวขาวสว่างกระเจ้าใส ให้พื้นที่ว่าโกลว์ เปล่งประกายอย่างมีออร่า พร้อมมอบความชุ่มชื้นให้ผิวหน้าสุขภาพดีตลอดเวลา ไม่หนองคั่มระหว่างวัน ด้วยอ่อนนุ่มบุกเล็กหลังเดยด อุดมไปด้วยแร่ธาตุในการปรับน้ำผึ้ง ผลงานประสิทธิภาพเข้มข้นของสารสกัดจากธรรมชาติ ✨



- ♥ PEARL สารสกัดจากไข่บุกบริสุทธิ์ที่ร่วบรวมแร่ธาตุกว่า 20 ชนิด
- ♥ MARINE คอลลาเจนสารสกัดจากปลา ที่มอบความชุ่มชื้นให้ผิว ให้ผิวดูว้าวอยู่เสมอ
- ♥ SODIUM HYALURONATE ช่วยคงความชื้นให้ผิวพร้อมเสริมสร้างคอลลาเจนให้ผิว
- ♥ VITIS VINIFERA (GRAPES) SEED OIL ช่วยคงความอ่อนเยาว์
- ♥ ARGANIA SPINOSA KERNEL OIL ให้ความชุ่มชื้นและช่วยในกระบวนการจัดการเซลล์ผิวที่ตายน้ำ
- ♥ CAMELLIA SINENSIS LEAF EXTRACT ยับยั้งกระบวนการแอนติออกซิเดนท์
- ♥ ROSA DAMASCENA FLOWER WATER ช่วยผสัตเซลล์ผิวเก่า เพื่อเผยแพร่ใหม่เนียนเรียบ กระเจ้าใส

Blur Lasting  
Primer  
8g.

## BLUR LASTING PRIMER

ไฟรเมอร์เบลอผิวแมกโนและนุ่มนิ่ม คุณมัน เมคอัพติดทนทั้งวัน ลดโภคสีผิวเหลืองหนองคั่ม ให้กระเจ้าใสสุขภาพดี ด้วยเทคโนโลยีปรับโภคสีผิวเหลืองด้วยเอดส์เมืองอ่อน (BARE-LAVENDER) 💜



เบลอผิวเนียนสบักกันที่ ทำให้ผิวดูฟล็อตเตอร์แบบ SOFT-FOCUS ผิวแมกโนสบักกันที่ไม่แห้งกร้าน ควบคุมความมันแต่ยังคงความชุ่มชื้น

ส่วนผสมหลัก ✨

- ♥ LACTOBACILLUS FERMENT LYSATE
- ♥ CINNAMOMUM ZEYLANICUM BARK
- ♥ HESPERIDIN

TECHNOLOGY 💜

- ♥ BLUR LASTING TECHNOLOGY เบลอผิวเนียนสบักกันที่ ทำให้ผิวดูฟล็อตเตอร์แบบ SOFT-FOCUS
- ♥ HYDRA-MATTE TECHNOLOGY ผิวแมกโนสบักกันที่ไม่แห้งกร้าน
- ♥ BARE-LAVENDER TECHNOLOGY ลดโภคสีเหลืองหนองคั่ม ให้กระเจ้าใสสุขภาพดี ด้วยเทคโนโลยีปรับโภคสีผิวเหลืองด้วยเอดส์เมืองอ่อน (BARE-LAVENDER)
- ♥ MICROBIOME TECHNOLOGY : เสริมสร้างเกราะป้องกันผิว

## Product Key Feature

“I DON’T CHOOSE WHO I AM, I AM ALL OF THEM”



MADE IN KOREA

mille™

# CAMPAIGN BRIEF

(06)



06

# CAMPAIGN BRIEF

- LIVE ON TIKTOK FOR A MINIMUM OF 30 HOURS PER MONTH.
- CREATE VIDEO CONTENT WITH A MINIMUM OF 20 CLIPS PER MONTH.
- EACH TEAM MUST REACH AT LEAST 100K THB IN CAMPAIGN PERIOD.

(BY ADDING PRODUCTS FROM MILLE THAILAND)



'PREP WITH CARE, WEAR WITH CONFIDENCE'



06

# CAMPAIGN BRIEF

- ไลฟ์บน TIKTOK อย่างน้อย 30 ชั่วโมงต่อเดือน (โดยการปักตะกร้าสินค้าจาก MILLE THAILAND)
- สร้างคอนเทนต์วิดีโออย่างน้อย 20 คลิปต่อเดือน
- แต่ละกิมต้องมียอดขายอย่างน้อย 100,000 บาทในช่วงแคมเปญ



PREP WITH CARE, WEAR WITH CONFIDENCE



# DO AND DON'T

## 07



### DO

- USE THE ACTUAL PRODUCT AND MENTION ITS KEY FEATURES IN YOUR OWN NATURAL WAY.
- USE SIMPLE LANGUAGE TO HELP THE AUDIENCE CONNECT AND STAY INTERESTED.
- POLITELY ANSWER VIEWERS' QUESTIONS AND CREATE A LIVELY, ENGAGING ATMOSPHERE.
- CAPTURE ATTENTION AND MAKE THE PRODUCT APPEALING.

### DON'T

- AVOID USING OFFENSIVE OR INAPPROPRIATE LANGUAGE.
- DO NOT COMPARE WITH OTHER BRANDS.
- DO NOT SHARE FALSE INFORMATION OR EXAGGERATE PRODUCT CLAIMS.
- DRESS MODESTLY—NO REVEALING CLOTHES OR SCHOOL UNIFORMS DURING LIVES OR VIDEOS.

# DO AND DON'T 07



## DO

- ใช้สินค้าจริงและเล่าเรื่องจุดเด่นในแบบของตัวเอง
- ใช้ภาษาง่าย ๆ ให้ผู้ชมเข้าใจและรู้สึกเชื่อมต่อ
- ตอบคำถามผู้ชมอย่างสุภาพ พร้อมสร้างบรรยากาศไลฟ์ให้สนุกสนาน
- ดึงดูดความสนใจให้สินค้าโดดเด่น

## DON'T

- ห้ามใช้คำหยาบหรือภาษาที่ไม่เหมาะสม
- ห้ามเปรียบเทียบกับแบรนด์อื่น
- ห้ามพูดเกินจริงหรือข้อบูลไม่จริง
- แต่งกายสุภาพ ไม่โป๊ และไม่ใส่ชุดนักศึกษาในการไลฟ์หรือกำคลิป

08

# KPI MEASUREMENT



# Metrics of Measurement

## LIVE HOURS

เป้าหมาย:  $\geq 30$  ชั่วโมงต่อเดือน

## VIDEO CONTENT PRODUCED

เป้าหมาย:  $\geq 20$  คลิปต่อเดือน

## SALES REVENUE

เป้าหมาย:  $\geq 100,000$  บาทต่อเดือน

## ENGAGEMENT RATE

เป้าหมาย:  $\geq 3\%$  จากกิ๊ฟชั่วโมง

09

# Q&A SESSION

MILLE AIMS TO INCREASE BRAND VISIBILITY AND RELEVANCE ON TIKTOK BY JOINING THE DIGILIFE PROGRAM, LEVERAGING CREATIVE SHORT-FORM VIDEO AND LIVE STREAMING GENERATED BY PARTICIPATING UNIVERSITY STUDENTS WHO REPRESENT THE GEN Z MINDSET AND INNOVATION.

THROUGH THIS INITIATIVE, THE BRAND SEEKS TO STRATEGICALLY EXPAND ITS CUSTOMER BASE TO REACH GEN Z AND FIRST JOBBERS, AN EMERGING CONSUMER SEGMENT WITH GROWING PURCHASING POWER AND STRONG INFLUENCE ON DIGITAL TRENDS.

BY COLLABORATING WITH YOUNG CONTENT CREATORS, MILLE EXPECTS TO DRIVE ORGANIC AWARENESS, SPARK GENUINE PRODUCT INTEREST, AND STRENGTHEN BRAND AFFINITY AMONG A NEW GENERATION OF BEAUTY CONSUMERS WHO ACTIVELY ENGAGE AND MAKE PURCHASE DECISIONS THROUGH SOCIAL MEDIA PLATFORMS LIKE TIKTOK.

