

MADE IN KOREA

mille™



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.

MADE IN KOREA

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

TABLE OF CONTENT

mille™





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.

02

MADE IN KOREA

TARGET AUDIENCE

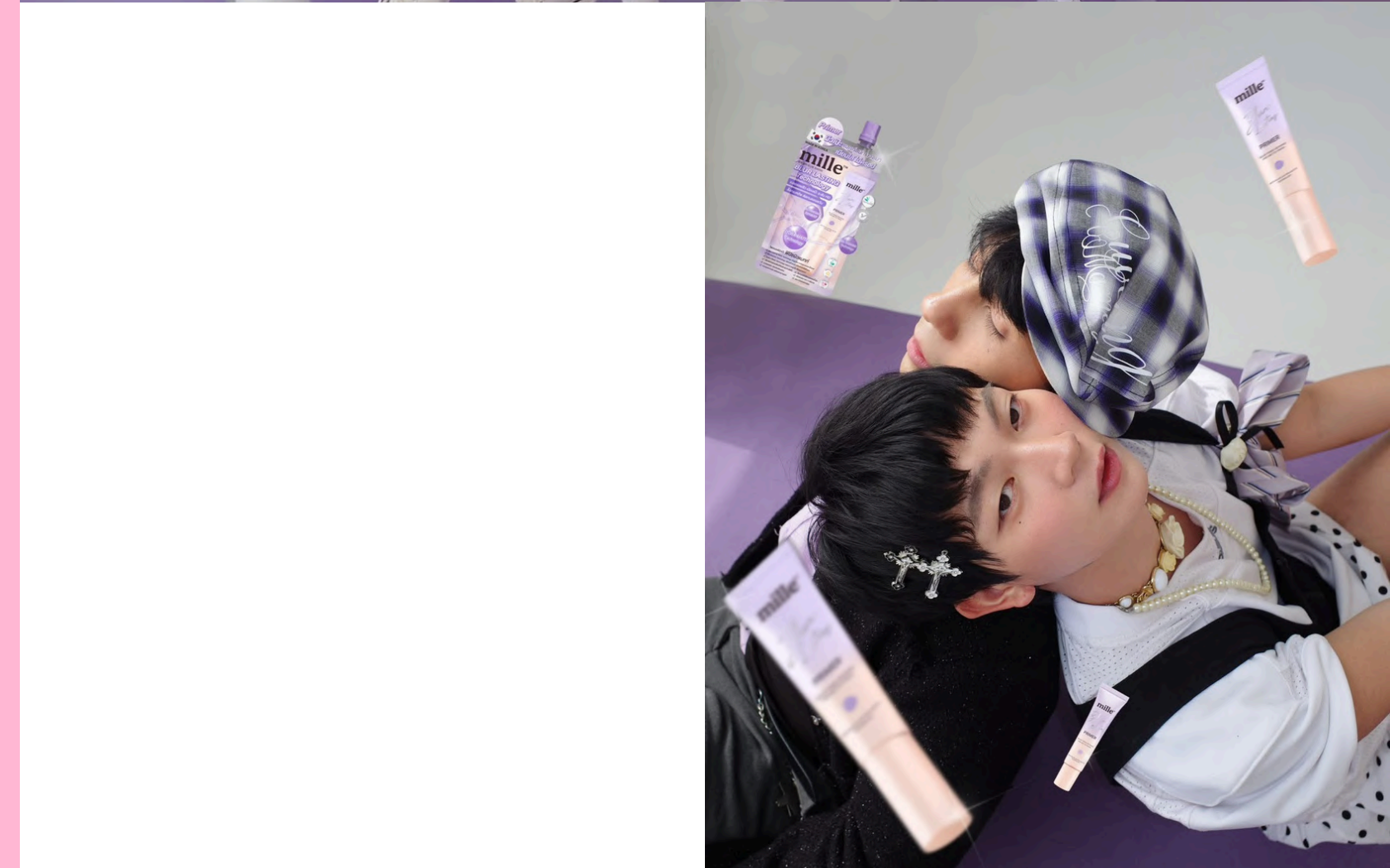
AGE: **18 - 35 YEARS OLD**

DIGITALLY ACTIVE, HIGH INTEREST IN BEAUTY & LIFESTYLE

CLIENT: **MEDIUM BUSINESS**

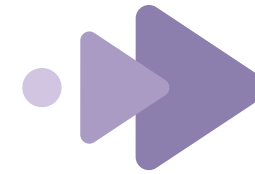
LOCATION: **THAILAND**

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.



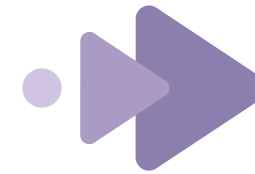
MILLE IS FACING MARKETING CHALLENGES IN REPOSITIONING THE BRAND TO APPEAL TO MORE MATURE GEN Z AND FIRST JOBBERS, AS CURRENT PERCEPTION TENDS TO SKEW TOWARD YOUNGER TEENS. ALTHOUGH ITS PRODUCTS ARE MANUFACTURED IN KOREA WITH WORLD-CLASS STANDARDS, CONSUMER AWARENESS AND BRAND CREDIBILITY ARE STILL LIMITED 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



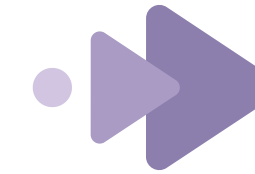
IMPROVING BRAND RELEVANCE AND EMOTIONAL CONNECTION WITH CONSUMERS ON TIKTOK.

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”



NO FILTER, NO FUSS - JUST ME





SWEET, BUT GLOWING HARD





INSTANT BLUR TO THE MAZ CONFIDENT



Snail Bright
Primer
8g.



SNAIL BRIGHT PRIMER ✨❤

ไพรเมอร์มาพร้อมสารบำรุง คนเป็นสิวใช้ได้ อ่อนโยน ไม่อุดตัน ไม่เป็นขุย ไม่มีพาราเบน
คุมมัน 18 ชั่วโมง

ใช้สำหรับก่อนแต่งหน้า หรือผสมกับ รองพื้นและบีบีครีม ช่วยเบลอรูขุมขน ช่วยให้ผิว
หน้าเรียบเนียน ทำให้เครื่องสำอางติดทนมากยิ่งขึ้น มาพร้อมสารบำรุงมอบความชุ่ม
ชื้นให้ผิวหน้าสวยผ่องดูสุขภาพดีตลอดเวลา ไม่หมองคล้ำระหว่างวัน ลือเครื่องสำอาง
ติดทน ✨

- ❤ คุมมัน เบลอผิวเนียนใส
- ❤ ความติดทน
- ❤ ผิวเรียบเนียน
- ❤ ให้การบำรุงฉ่ำวาว
- ❤ กันน้ำ กันเหงื่อ

Aura Bright
Primer
8g.



AURA BRIGHT PRIMER ✨

ไพรเมอร์ออร่า ผิวดูขาวสว่างกระจ่างใส ให้ฟิลิย์ที่ฉ่ำโกลว์ เปล่งประกายอย่างมีออร่า พร้อมมอบความ
ชุ่มชื้นให้ผิวหน้าสวยผ่องดูสุขภาพดีตลอดเวลา ไม่หมองคล้ำระหว่างวัน ด้วยอนุโมลิคเลอะเอียด อดม
ไปด้วยแร่ธาตุในการปรับนิตผิว ผสานประสิทธิภาพเข้มข้นของสารสกัดจากธรรมชาติ ✨

- ❤ PEARL สารสกัดจากไข่มุกบริสุทธิ์ที่รวบรวมแร่ธาตุกว่า 20 ชนิด
- ❤ MARINE คอลลาเจนสารสกัดจากปลา ที่มอบความชุ่มชื้นให้ผิว ให้ผิวดูฉ่ำอยู่เสมอ
- ❤ SODIUM HYALURONATE ช่วยคงความยืดหยุ่นให้ผิวพร้อมเสริมสร้างคอลลาเจนให้ผิว
- ❤ VITIS VINIFERA (GRAPES) SEED OIL ช่วยคงความอ่อนเยาว์
- ❤ ARGANIA SPNOSA KERNEL OIL ให้ความชุ่มชื้นและช่วยในกระบวนการจัดการเซลล์ผิวที่ตาย
แล้ว
- ❤ CAMELLIA SINENSIS LEAF EXTRACT ยับยั้งกระบวนการแอนโทอิกซิแดนซ์
- ❤ ROSA DAMASCENA FLOWER WATER ช่วยผลิตเซลล์ผิวเก่า เพื่อเผยผิวใหม่เนียนเรียบ
กระจ่างใส

Blur Lasting
Primer
8g.



BLUR LASTING PRIMER

ไพรเมอร์เบลอผิวแมกแต่ชุ่มชื้น คุมมัน เมคอัพติดทนทั้งวัน ลดโทนสีผิวเหลืองหมองคล้ำ ให้กระจ่างใสสุขภาพดี
ด้วยเทคโนโลยีปรับโทนสีผิวเหลืองด้วยเจดสีม่วงอ่อน (BARE-LAVENDER) ❤❤
เบลอผิวเนียนสนิททันที ทำให้ผิวดูฟูลเตอร์แบบ SOFT-FOCUS
ผิวแมกสนิทแต่ไม่แห้งกร้าน ควบคุมความมันแต่ยังคงความชุ่มชื้น
ด้วย HYDRA-MATTE TECHNOLOGY

- ส่วนผสมหลัก ✨
- ❤ LACTOBACILLUS FERMENT LYSATE
 - ❤ CINNAMOMUM ZEYLANICUM BARK
 - ❤ HESPERIDIN

TECHNOLOGY ❤❤
❤ BLUR LASTING TECHNOLOGY เบลอผิวเนียนสนิททันที ทำให้ผิวดูฟูลเตอร์แบบ SOFT-FOCUS
❤ HYDRA-MATTE TECHNOLOGY ผิวแมกสนิทแต่ไม่แห้งกร้าน
❤ BARE-LAVENDER TECHNOLOGY ลดโทนสีเหลืองหมองคล้ำให้กระจ่างใสสุขภาพดี
ด้วยเทคโนโลยีปรับโทนสีผิวเหลืองด้วยเจดสีม่วงอ่อน (BARE-LAVENDER)
❤ MICROBIOME TECHNOLOGY : เสริมสร้างเกราะป้องกันผิว

Product Key Feature



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

NO FILTER, NO FUSS - JUST ME

SWEET, BUT GLOWING HARD

INSTANT BLUR TO THE MAZ CONFIDENT

MADE IN KOREA

mille™

CAMPAIGN BRIEF



(06)



MADE IN KOREA



06

CAMPAIGN BRIEF

- LIVE ON TIKTOK FOR A MINIMUM OF 30 HOURS PER MONTH.
- (BY ADDING PRODUCTS FROM MILLE THAILAND)
- CREATE VIDEO CONTENT WITH A MINIMUM OF 20 CLIPS PER MONTH.
- EACH TEAM MUST REACH AT LEAST 100K THB IN CAMPAIGN PERIOD.

“PREP WITH CARE, WEAR WITH CONFIDENCE”

mille™



MADE IN KOREA



06

CAMPAIGN BRIEF

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

PREP WITH CARE, WEAR WITH CONFIDENCE

mille™



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
- ห้ามพูดเกินจริงหรือข้อมูลไม่จริง
- แต่งกายสุภาพ ไม่โป๊ และไม่ใส่ชุดนักศึกษาในการไลฟ์หรือทำคลิป

MADE IN KOREA

mille™

08

KPI MEASUREMENT



Metrics of Measurement

LIVE HOURS

เป้าหมาย: ≥ 30 ชั่วโมงต่อเดือน

VIDEO CONTENT PRODUCED

เป้าหมาย: ≥ 20 คลิปต่อเดือน

SALES REVENUE

เป้าหมาย: $\geq 100,000$ บาทต่อเดือน

ENGAGEMENT RATE

เป้าหมาย: $\geq 3\%$ จากทั้งหมด

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.

