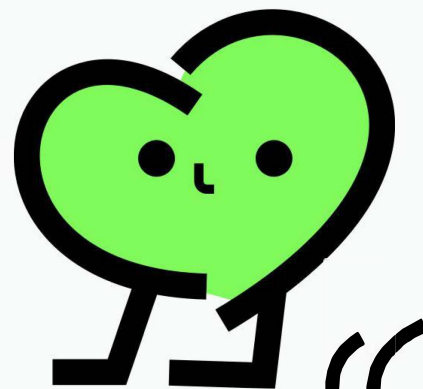


新锐商家最新商业模式

号店群广一体化布局

主讲人：九千
小红书种草学认证讲师



人 讲师 九千

讲师简介

小红书种草学官方认证讲师

一财商学院智库专家

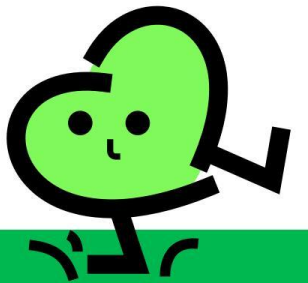
经历

- 11年电商品牌策划、7年品牌内容服务经验
- 小红书服务期间，累计品牌服务数超过500家，其中小红书顾问数超过100家
- 擅长类目：家装家居家电、服饰穿搭、酒水食品等领域
- 擅长多维度分析消费者心理，挖掘品牌及产品的差异化核心优势为企业量身定制品牌布局及策略框架
- 擅长传统线下企业转型线上所涉及的团队架构搭建及团队技术赋能



目录

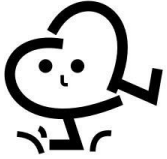
- PART 01 小红书生意增长新闭环
- PART 02 做好笔记有效积累流量
- PART 03 做好直播助力承接转化
- PART 04 做好社群持续维护粉丝



PART 01

小红书生意增长新闭环

你在小红书经营中遇到过这些问题吗？

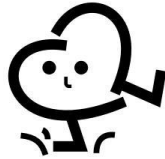


账号启动困难

不知该从哪里入手？

做账号应该注意些什么？

刚接触小红书
不了解小红书社区的基本情况

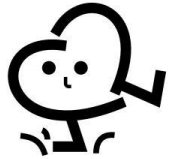


笔记内容枯竭

不知怎么做出好的笔记？

不知如何选择优质的博主？

对小红书内容创作有恐惧



店铺运营停滞

不了解基本的营销产品逻辑？

不清楚推广的操作路径？

对小红书店铺推广思路整体
理解欠缺

掌握小红书的社区规范流程

- 哪些内容不适合发小红书
- 为什么我的推广素材显示违规
- 我的账号为什么会被扣分
- 哪些行业可以做推广



建号开户

- 开专业号有什么用
- 号广同开新流程是什么
- 怎么做专业号主页的装修



内容生产

- 如何生产一篇原创笔记
- 没有写作灵感怎么办
- 如何让笔记快速出圈
- 如何通过平台与博主合作笔记



投放推广

- 产品种草手段有哪些
- 店播如何更好地推广
- 线索客资如何进行收集
- 私域群聊如何拉新涨粉
- 小红书搜索的独特优势



度量优化

- 如何高效看懂各项数据
- 如何突破推广中的卡点
- 如何优化推广效果

小红书的一体化营销布局强化品牌营销

号 → 店 → 群 → 广 同开

多维度营销目标高效达成



创新式直播趋势推动商家的发展

小红书电商的创新式发展趋势

#店播大盘数据#

8.0x 首日直播订单数

6.0x 首日直播成交GMV

2.8x 报名商家数

7.8x 直播间购买用户数

#店播方式全面升级#



VS



搜索 → 成交

种草 → 成交



品质化新消费增加成为品牌阵地



更了解产品优势 呈现品牌化

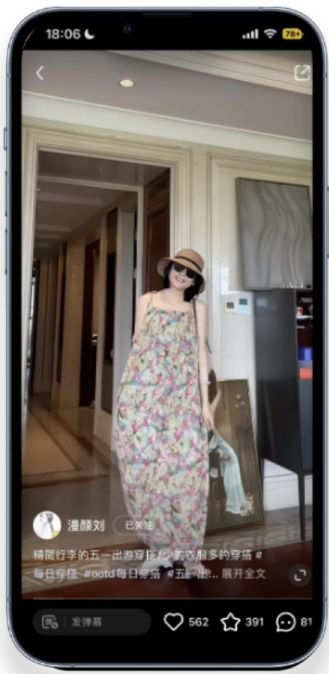


玩法形式多元 运营闭环成熟

新模型下的行业优秀示例展示

时尚行业-漫颜刘

自播4个月做到单场百万、月销千万



人设强、开播节奏稳定

- 店主人设鲜明
- 每周开播3场，选择早8点开播，每场持续7-8h小时

笔直联动持续涨粉

- 笔记发布数量&质量稳定，月均40篇
- 笔记种草，多套搭配笔记内容露出 ->直播间拔草

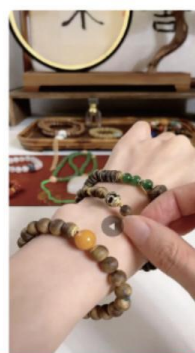
货盘迭代不断调优

- 冷启阶段高频带动销高、粉丝反馈好的单品，打造爆款；
- 成长阶段快速更新迭代货盘，每场货盘更新占比在70%以上

家居文玩-香木雅舍

单场百万、月销千万+

- 笔直联动，真人出镜+商品融入自身设计
- 打造“专属商品”逐渐走向品牌化



真人出镜打造人设

自身设计商品，强化“品牌价值”

美食行业-李白茶约

通过内容打造人设，在笔记场外增加直播场经营阵地

- 定位清晰的笔记内容发布：以茶艺师身份向用户传递专业品茶知识，账号人设打造成功
- 固定频次开播及沉浸式讲解



笔记直联动驱动品效销闭环营销

笔记场

直播场

群聊场

通过笔记积累

直播间流量



聚流量

直播时推给更多精准用户

做好笔记预热，让更多用户涌入直播间
进直播间渠道：呼吸灯、直播卡片、粉丝群聊



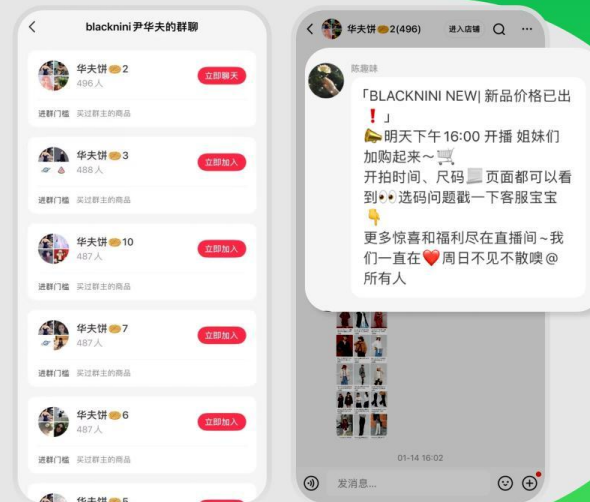
提复购

用心经营提升成交促复购

用好粉丝群聊，路人都能变熟客
持续建群加人、播前群内预热、播后群内互动

转粉做私域

精细运营



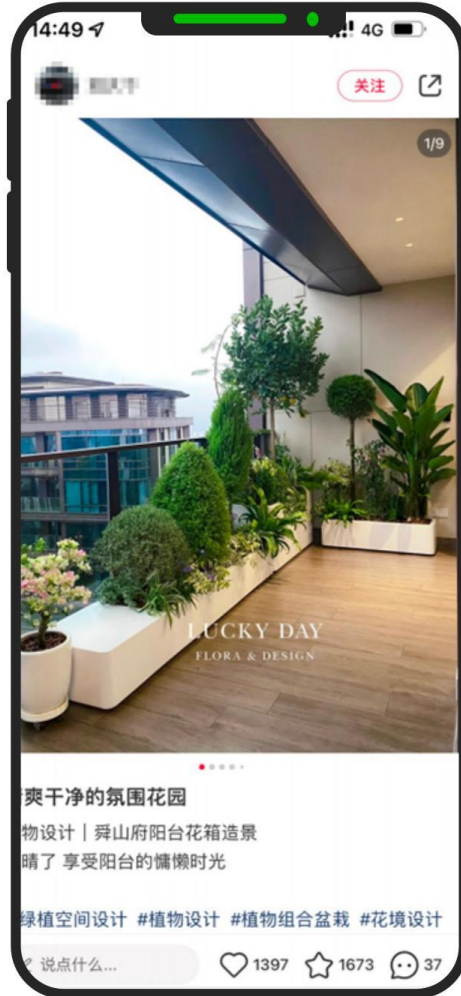
PART 02

做好笔记有效积累流量

以笔记场域作为流量第一入口

好内容助力畅销经营

用户路径



内容传播

优质内容打磨、粉丝积累、优质内容沉淀

商业笔记

产品测款、直播测款、转化成单

直播预热

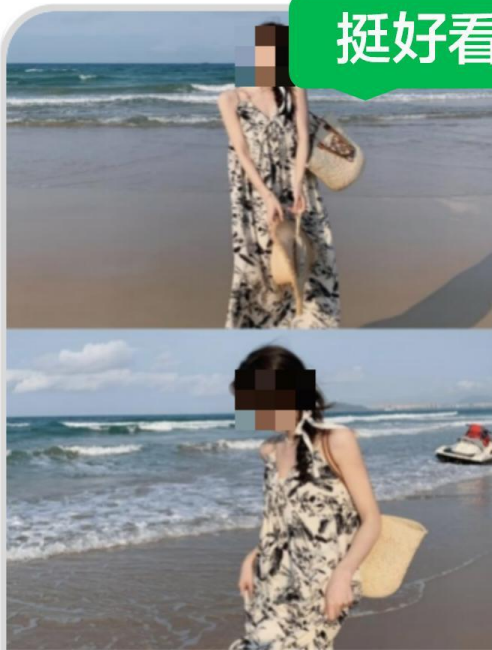
直播预告、活动预告、引流直播间

内容传播做基础



真实利他的内容才是好笔记核心

挺好看



海边富士感滤镜~ 🌊度假
碎花裙太出片了

2372

足够美，氛围感十足
提供情绪价值

有干货



新年战袍已就位，帮我看
看跨年穿哪套？❄️

413

够有用，干货信息满满
收藏欲爆棚

互动好



真人真事吸引评论互动
真诚听劝求建议

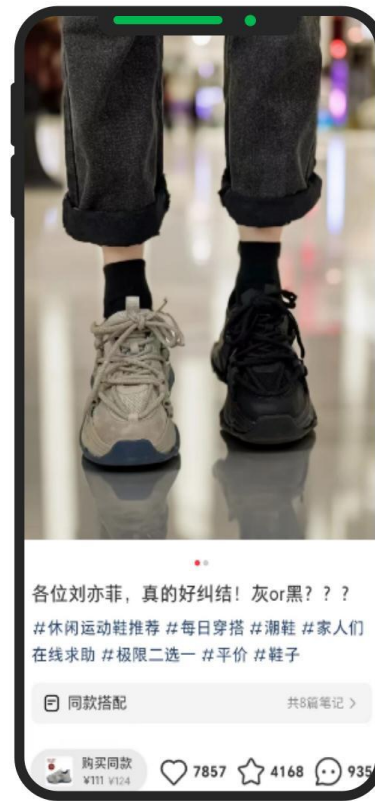
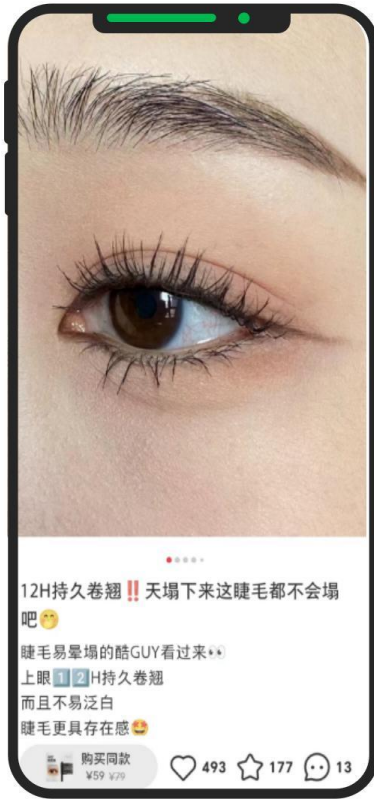
商业笔记做深度



商品笔记助力零基础商家加速成交

商品笔记让种草、交易两手抓

商家发布笔记时，可自行在笔记中左下角带上站内商品链接，同步实现内容种草与交易转化



关注数据3个核心指标优化笔记方向

01

笔记CTR

CTR=
笔记点击/笔记曝光

02

笔记CES

综合点赞、互动、收藏、评论多维度的内容
衡量指标

03

订单量

笔记的历史成单量

直播预热做启动



巧用笔记形式作为直播预热拉升期待

粉丝是通过账号长期经营积累下的重要资产，商家通过直播前的充分预告，让粉丝提前了解下一场直播的开播时间，并对于下一场直播的主播、商品、优惠等信息进行提前透传，引起粉丝对下一场直播的期待

账号简介



直播预告笔记



店铺商详页



直播结束前对下场直播的信息讲解



爆款笔记 二次编辑



抽奖笔记 二次编辑



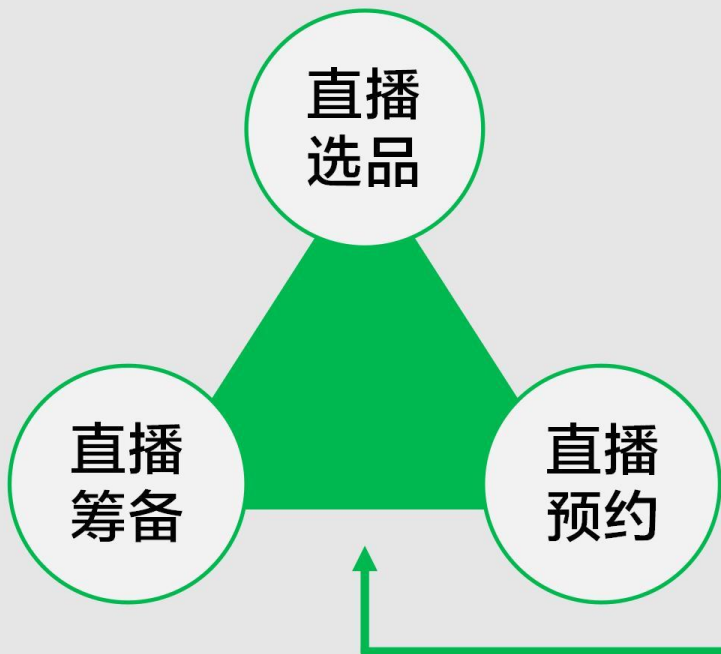
PART 03

做好直播助力承接转化

小红书店铺直播要规划好前中后布局

直播前

明确直播日历，做好直播准备
围绕**选品**、**筹备**、**预约**三方面展开



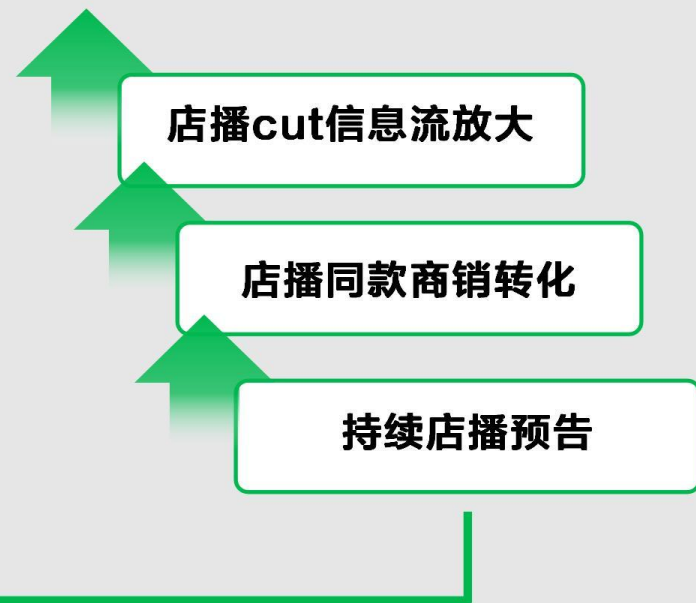
直播中

完善直播布局，承接流量转化
围绕**直播**、**流量**、**转化**三方面展开



直播后

直播二次触达，持续发酵
围绕**触达**、**转化**、**预告**三方面展开



直播前做好准备动作



准备直播商品，首先选品要有结构化

产品类型	产品解释	参考比例
引流品/竞争品	知名度高、性价比很高、需求很大、刚需产品	10%- 20%
主推品/利润品	有差异点、性价比不错、利润还行	50%- 60%
形象品/定位品	主推产品的锚点产品、价格偏高、突出主推款利润	5%- 10%
搭配品/补充品	跟进引流产品和利润产品搭配的相关品类产品	10%- 20%
福利品/限量品	配合主播活动、吸引人气、不赚钱限量福利产品	5%- 10%

发布预热笔记使用组件工具效果更好

个人主页



发布预告笔记



发布直播预告

如何设置：直播准备页
创建预告→推送即可

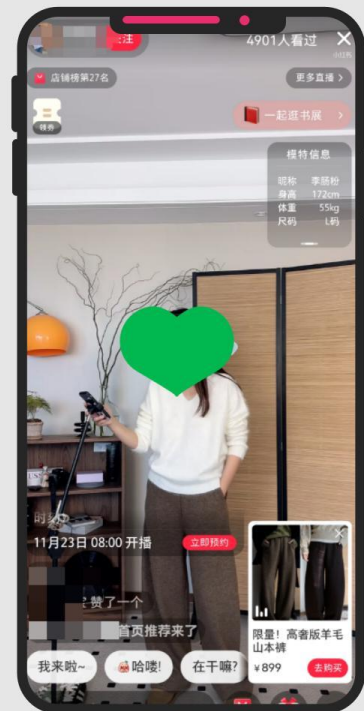


粉丝群用户

将直播预约信息
推广至**粉丝群**
通过**红包、预约有福利**
等玩法激发社群
用户的热情

直播结束引导 预约下场直播

利用好“福利”环节和直播尾声这两个时间点，推送下场直播预约提醒



直播中有效承接流量



直播中数据要实事跟踪并做好记录

大屏可以直接看互动数据



• 电脑端操作路径

登录小红书直播管理平台

(https://redlive.xiaohongshu.com/live_tool)

点击【直播中控台】→点击【数据大屏】可查看更多详细内容

• 数据大屏可看到本场直播的

进房数据

兴趣及互动

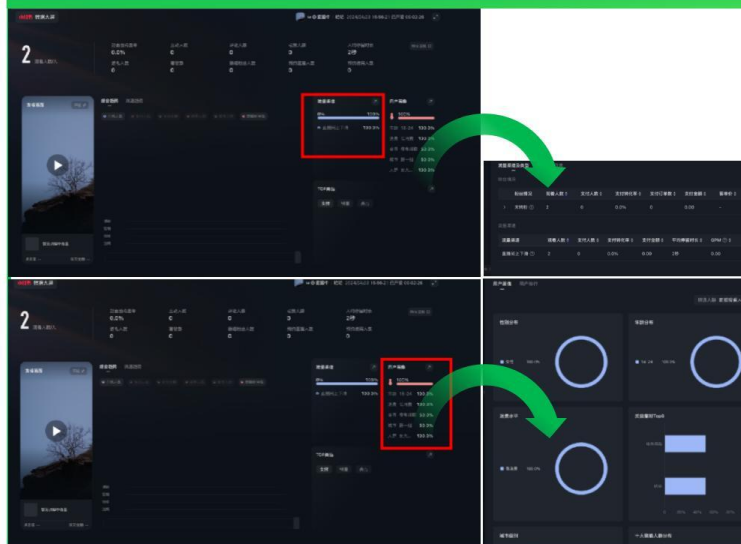
转化数据

带货收入

退款

数据模块旨在帮助您实时了解核心指标累计表现、变化趋势和近期表现，及时调整直播策略

这里主要是流量数据



• 点击【查看详情】可查看流量来源及用户画像详情

这个就可以视为转化数据



• 商品排行可看到售卖商品的数据情况

包括价格、佣金率、库存、商详浏览次数等，帮助您实时了解商品曝光成交转化数据，直观识别推荐返场/库存告急，及时调整讲解顺序、库存及话术

关注三个数据维度反馈直播中效果



流量数据



互动数据



转化数据

直播后优化迭代提增效

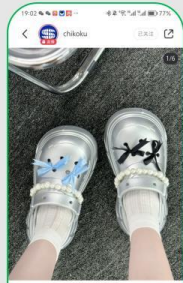


直播后笔记二次发酵增加长效流量

持续直播内容影响力,通过笔记场景承接下单



直播切片
视频的笔记



商品笔记



商品

笔记精细化运营



高互动笔记转化力更优

负向评论正向回应

用户疑问及时解答

购买方式引导

无差评且正确引导优

直播后玩法：直播人群触达，破圈投放，声誉管理

01
二次发酵

直播精彩内容二次剪辑
直播间商品+达人/商家笔记
用户购买开箱视频

02
核心人群
+人群破圈

直播间观看/互动人群

商品浏览/加购人群

品牌行业种草人群

行业特色人群

广告浏览人群

品牌/博主粉丝人群

03
搜索卡位



搜索栏搜索，点击搜索广告的商品笔记



进入商品笔记
点击左下角互动栏胶囊



商品浏览/加购/
下单

数据统计有公式，优化迭代更清晰

直播间GMV = 直播间观播人数 * 支付转化率 * 客单价

||



自然观播人数

+

广告引入观播人数 * 平均进播成本

直播间广告投入预算 =

总结一下，直播间用户路径的结果导向



PART 04

做好社群持续维护粉丝

商家私域运营，有效拉新种草转化阵地

快速冷启

品牌、商家可通过直播、图文/视频笔记、评论、私信等引流人群，快速聚集一批对产品感兴趣的核心用户，即使预算有限也能实现高效冷启动

群内种草

商家可一键转发笔记进群，群内可发送商品、直播卡片，种草更顺畅；也可激发老客晒单分享，引发用户之间相互「种草」

直播提效

商家可借「群聊」发布直播预告、新品剧透、粉丝福利等，直接为直播间引流，「群聊」用户的直播预约率、直播间观看时长、成交率更高

高效转化

有较高粘性的用户关系「打底」，群聊不仅拥有更高的用户参与度、互动率，且生意转化如新客成交率，老客复购率也更高

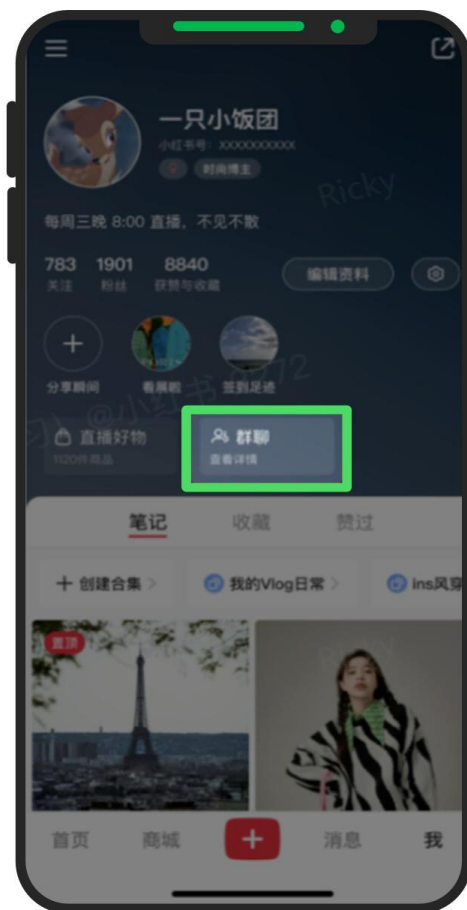
用户运营

「群聊」可实现用户分层入群，并作为商家下的售前售后服务阵地，「化身」客服，主动为新用户答疑解惑，助力商家降低运营成本

小红书的专业号「群聊」如何开通？

点击「群聊」进入群聊列表

设置群聊为「公开展示」



注：列表只展示该用户担任群主的群聊，不展示担任群管理员的群聊

笔直联动提转化，社群运营提增效



私域客户群运营的三大作用与功能



客群拉新

转化成交

促活沉淀

感谢聆听分享

