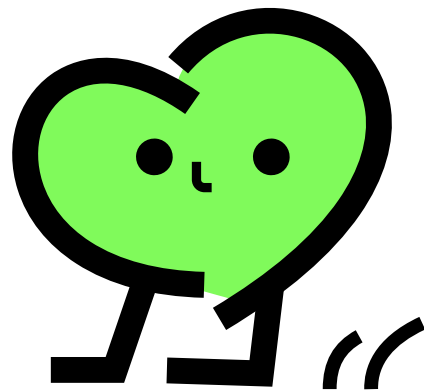
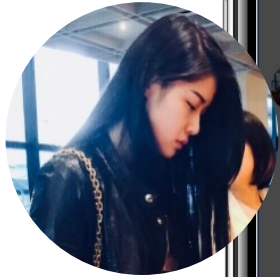


新锐商家如何利用小红书群聊 快速成长、高效转化



“建群的初衷，就是想知道用户要什么”



@DC大锤



1人
一人经营一年

13个
群满员

6500+
活跃群友

500+
引导月均购买次数

目录

PART 01 解读小红书的群聊价值

PART 02 小红书群聊经营「三步走」

PART 03 初创&成长期商家怎么玩群聊？



PART 01

解读小红书的群聊价值

小红书“普通人帮普通人”的社区氛围 让群聊拥有天然的活跃基因



1亿+

分享者
在小红书

30万

群聊日均
发言成员数

90%

用户UGC
内容占比

小红书用户懂生活、爱分享 为群聊带来了源源不断的活力和生意灵感



公私域流量互通

活跃群成员直播曝光提高95%

笔记互动数提高30%



用户价值提升

新客入群

购买转化率提高85%

用户带着“被种草”的心态来小红书 更容易在群聊场域产生转化

种草

更高的曝光互动

群互动晒单，群分享笔记...

转化

更高的拉新促转

群内购、商品卡、群发券、
群投票、群晒单、直播动态...

复购

更强的忠诚复购

按用途分群运营 群代表孵化 1v1客服...

300%

群聊用户大盘

GMV转化效率提升

250%

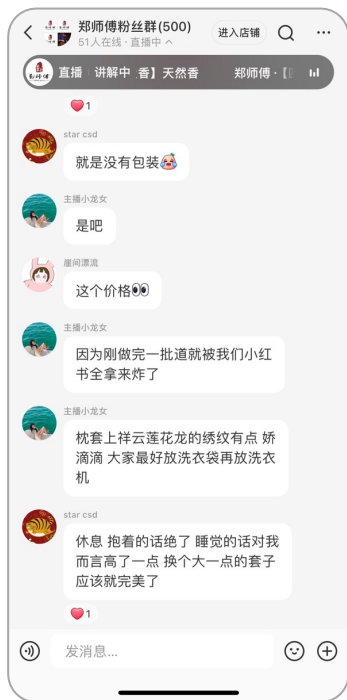
群聊用户

复购率提升

群聊 + 直播双向循环

站内品牌人群经营1+1>2

私域群聊



直播间粉丝转化

店铺直播

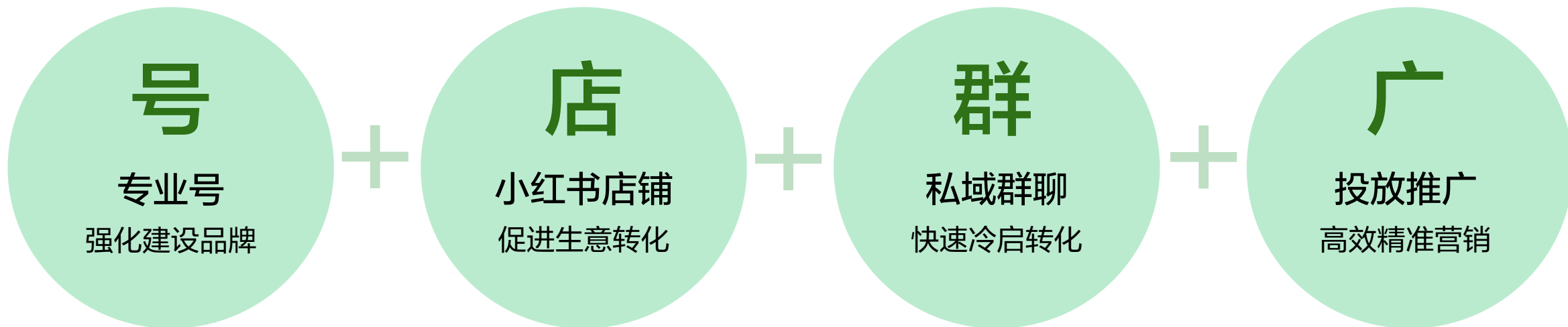


从群聊到直播
引流

粉丝反向赋能直播间

号 / 店 / 群 / 广一体

小红书经营GMV增长拳头组合



多维度营销目标 **高效达成**

PART 02

小红书群聊经营「三步走」

第一步 | 建群 & 分享

公开展示群聊并分享，快速增加群友量

创建新群

增加群友

「从主页进入建群」

「从消息进入建群」

「设置公开展示」

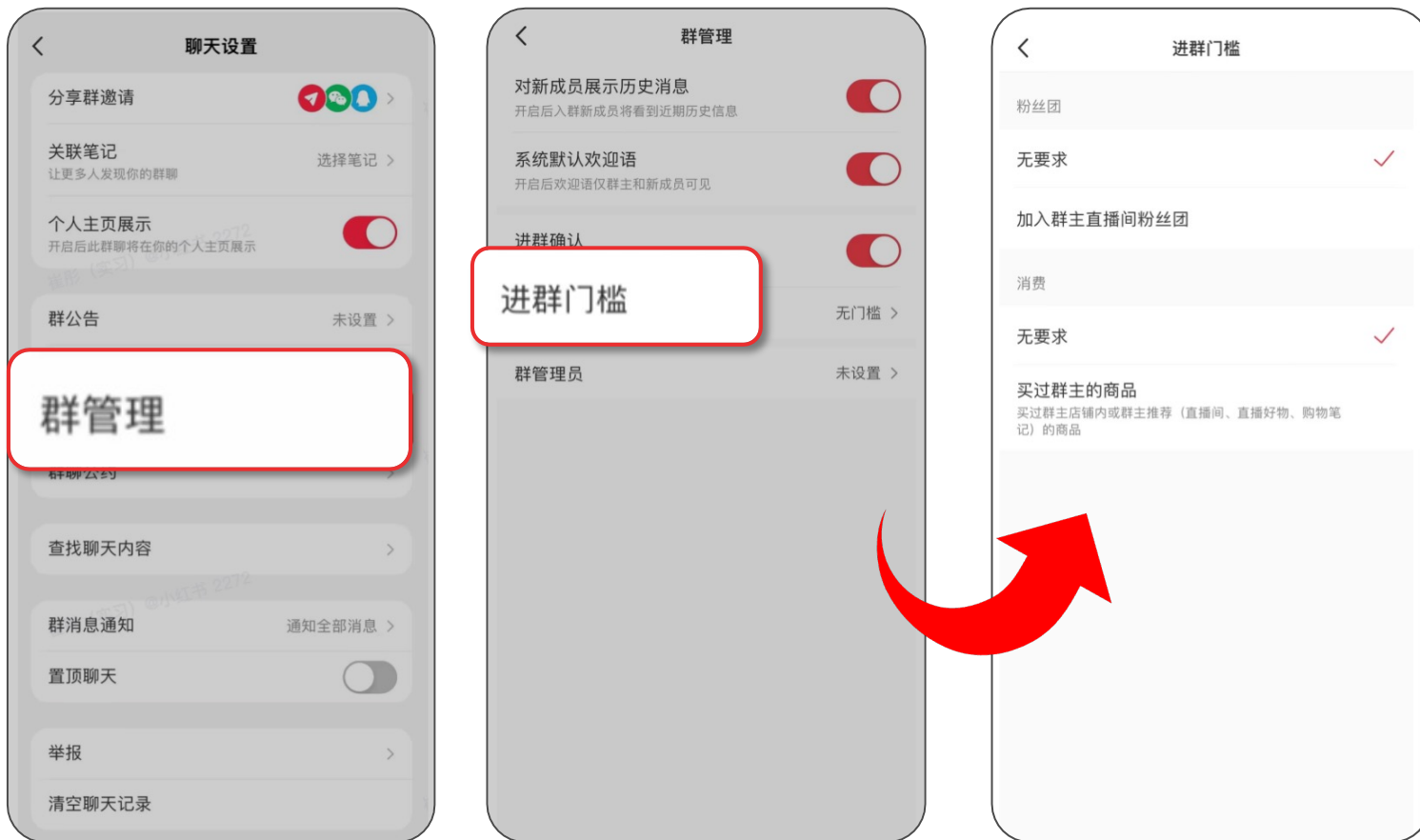
「分享群二维码」

「生成群口令」



分层运维群聊

「在群管理中设置专属进群门槛」



按营销目标分群

福利促销群

高低客单群

SKU品类群

粉丝互动群

按用户阶段分群

新客立减群

老客福利群

购前询单群

购后答疑群

第三步 | 促进群交易

借助群聊提升转化，让生意更上一层楼

群聊引流直播间

直播前蓄水：群友在群内直接预约
直播中转化：群友跳转直播间下单



群内购

「用群内专属价回馈粉丝」



群发商品卡

「在群内一键发送商卡或商品笔记」



PART 03

初创&成长期商家怎么玩群聊？

初创商家
CASE 1

Day 1 入驻小红书
如何快速起盘、获得第一批种子用户？

初创商家
CASE 2

细分赛道商家想留住新客源
如何快速积累并引导复购？

小红书群聊，让商家从Day1快速起盘！

歪普歪普，成立60天的童装品牌。当前店铺主推品是原创设计童装T恤。

初来小红书第一天就开启群聊功能，快速收获了第一批粉丝。当前群聊粉丝300+



• 痛点:

找人难，不清楚怎么能更快速找到第一批种子用户？

卖点抓不准，商家觉得好的点不一定是用户喜欢的

第一步 | 获客

广铺曝光、铺入口，快速吸引目标用户入群



优质笔记 吸引用户入群

发布笔记下方的挂载群聊组件，适度推广笔记，能更快速度地吸引目标用户入群。

群聊 · VAPVAP 弄潮儿聚集地

155 人在聊 >



生成群聊二维码 分享到各宣传点位

尽可能大范围地分享二维码，引导用户扫码入群。

***群聊二维码28天有效**

第二步 | 选品 发动消费者在群里参与选品，不走弯路



歪普歪普 群主
大家更喜欢哪种风格呢？了解大家的喜好，对我们以后出设计新款会有帮助~ 😊

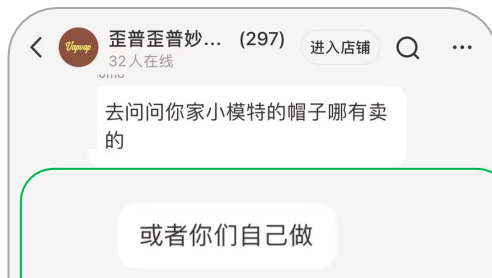
甜系 🍓

酷 🍓

奶蓝甜系

歪普歪普 群主

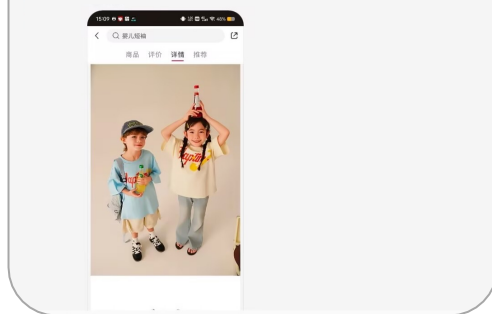
感觉奶蓝系要压倒性胜利了 🍓 其实棕绿系上身也很特别呢 🍓



或者你们自己做
歪普歪普 群主
宝你喜欢哪顶啊

基本都是我买的 🍓 或者是搭配师的 🍓

歪普歪普 群主
不过都是小朋友的帽子



群内和用户 零距离选品

巧用投票、群内共创等快速洞察用户对材质、颜色等喜好

• 成果:

入驻60天即发布新品

14个

群聊活跃率高达

45.26%

第三步 | 转化

引导群内成交 / 进直播间，促粉转化



群内购



跳转直播间

• 成果:

开群内购当天订单量增加 (vs. 前日)

18.77%

群聊跳转直播转化率

25%

群聊支付转化率

37%

初创商家
CASE 1

Day 1 入驻小红书
如何快速起盘、获得第一批种子用户？

初创商家
CASE 2

细分赛道商家想留住新客源
如何快速积累并引导复购？

小红书群聊，建立和用户高频有效的沟通渠道

陈鼎仓白茶，福建当地茶商，主卖白茶。品牌初来小红书并开设群聊后，快速成为茶圈意见领袖，逐渐积累出一个高复购、强忠诚的客户群体。当前群聊粉丝200+



• 痛点:

产品力过硬，但是**人群圈层窄**，想让更多人知道

用户对**产品粘性不够**，新客来了，但复购上不去

促活 & 转化

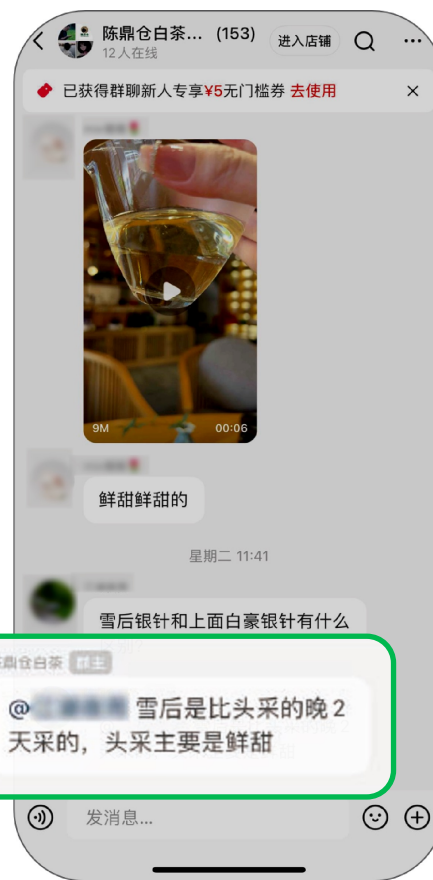
设置群内专属闪购，促粉转化



定时限量闪购

激发用户购买意愿

定时精选限量好茶，发起群内专属闪购，促进群内用户的活跃度。



群内客服答疑

保持用户粘性

群内配备暖心客服及时回复用户对于产品相关的疑问，解答用户下单前的疑虑、解决用户购买后冲泡等问题。



过去30天
58%

私信群聊GMV
占全店GMV

近30日
全店DGMV

9W+

私信群聊GMV
占全店GMV

58%

群聊商品CTR
高出店铺商品

2倍

1位 有问必答 的温情客服



让群友 主动转发 攻略笔记



超大福利 的精品秒杀



1个 高忠诚强复购 客户群

成长期商家 CASE 1

看宠物用品商家在小红书
如何借助群聊沉淀高复购人群

成长期商家 CASE 2

香薰香氛商家想快速聚集核心用户
如何引导老客复购，让生意增长？

小红书群聊，帮助商家快速沉淀高复购人群

F家是宠物用品行业的新锐品牌，主营一款高优品质的进口原矿猫砂，高复购、高粘性，是这类宠物用品的消费共性。



• 痛点：

难以直接获得

第一批
种子用户

用户粘性低

老客少

注释：宠物用品行业的消费心理普遍是高复购的，意味着从第一批用户开始就要建立跟他们的互动和粘性，牢牢抓住用户才能产生更大的生意增长。

第一步 | 获客

推广官方内容笔记，精准吸引用户入群



先吸引

信息流曝光



再沉淀

带群聊组件笔记

群聊
总人数

3,752人

群聊
加群人数

+230%
环比前30日

第二步 | 运维

分层运维群聊用户，增强用户粘性

群类型：按营销目的区分

群类型	主要营销目的
大促群	大促节点预热
囤货群	日常用户粘性维系 产品用法教育 产品感受分享、晒猫...
复购VIP群	售后服务 跟进已购用户反馈

邀请专业宠物医生进群，群内解答养宠疑问，获得好反响，提高用户的信任度和粘性



大促群活跃率

43%

用户复购率高达

84%

(以上数据根据大促群近30日的表现进行统计)

第三步 | 转化

群聊引流直播间，直接转化



群直联动

直播间引流



群内转化

群内购

私信群引导
支付转化率

52%

私信群聊引导
直播间立购率

48%

成长期商家
CASE 1

看宠物用品商家在小红书
如何借助群聊沉淀高复购人群

成长期商家
CASE 2

香薰香氛商家想快速聚集核心用户
如何引导老客复购，让生意增长？

小红书群聊，帮助商家快速聚拢核心用户，提升复购

某东方香品牌以非遗制香为依托，品牌定位于对传统制香工艺感兴趣的人群市场。

在小红书的群聊阵地帮助品牌聚集购买人群，也成为了引流和售后的专属场域。



• 痛点:

需要建立差异性

热门赛道
竞争激烈

用户感知度低

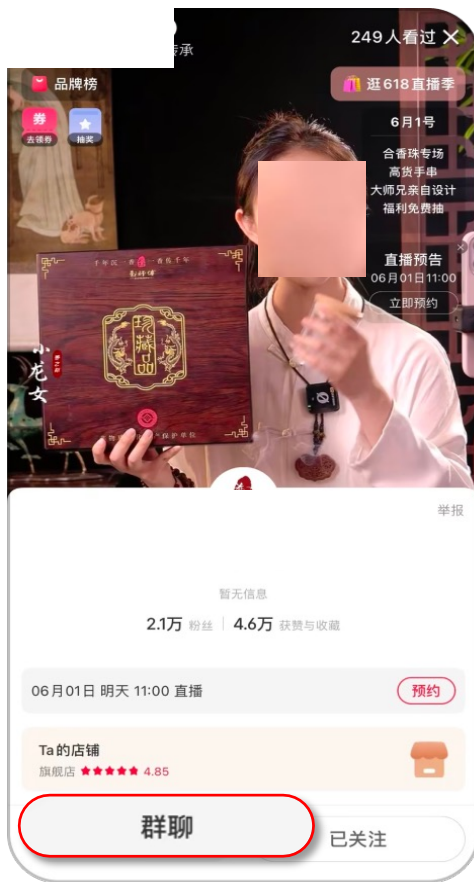
品牌力
尚在建设中

获客

吸引已购入群，群聊即品牌人群主阵地



推广笔记



直播间引流

设计入群门槛
定向面对有品牌购买行为的用户



群内粉丝 = 品牌人群

引流

群聊引流店播，感受香型，激活购买



直播前

直播预告卡片
群内气氛加热



直播中

直播动态展示

群聊内
直播活跃用户占比

40%

私信群聊引导
直播间立购率

50%

近20%群用户复购产品2次以上

划重点 1

小红书群聊自带充满人感的活跃基因
群聊氛围好、用户日活高、价值高
能够有效帮助商家提升站内GMV

划重点 2

借助小红书群聊，**初创商家能在更短时间内**
收获第一批种子用户、快速转化
快人一步在小红书冷启

划重点 3

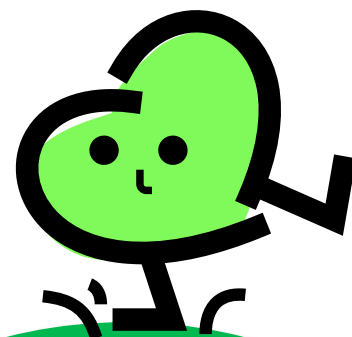
处在成长阶段的商家

借助小红书群聊，更快速地沉淀品牌核心人群

提高用户粘性和产品复购，让生意上一个台阶

谢谢收看!

扫码加入小红书成长社群星球





微信搜一搜



方案精选