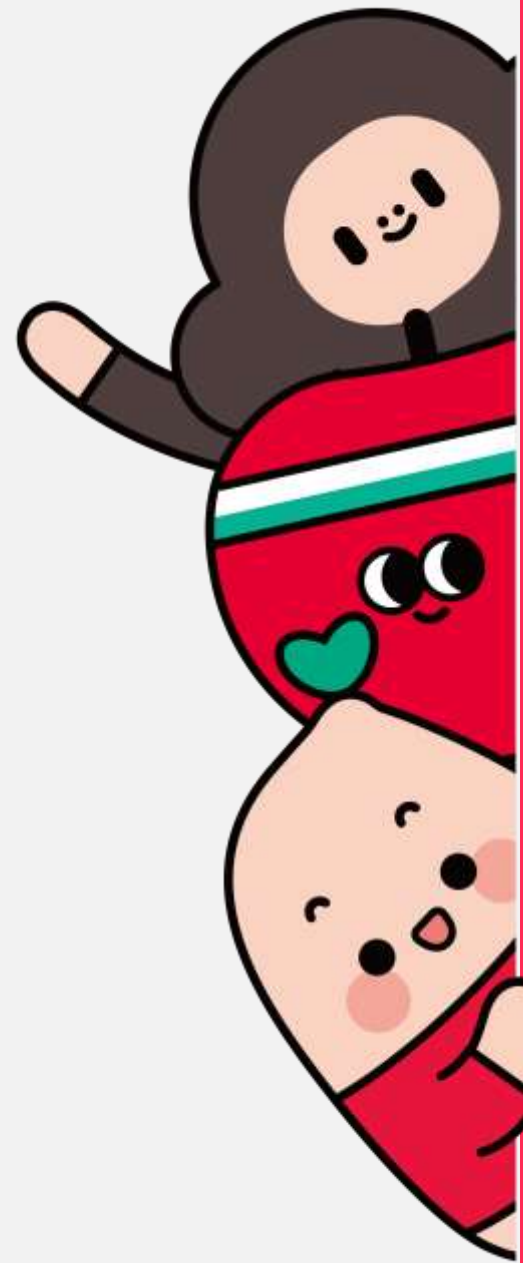




# 品牌店播营销策略指南

# 电商直播趋势

## 小红书平台直播生态



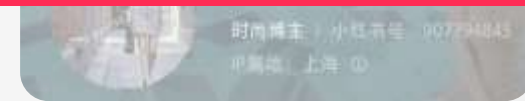
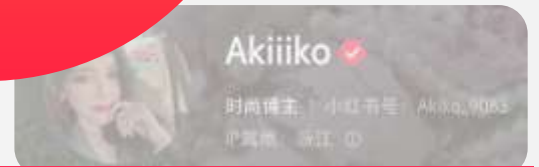
# 电商直播：店播/K播双模式助力直播高效转化

店铺  
直播

平销期店播联动，持续聚拢品牌  
声量牵引品牌力长效健康发展

明星  
/K播

大促期海量星主播，贩卖“品味”与“生活”  
用「温度直播」孵化好产品



# 平台优势 - 更丰富的入口, 更开放的流量, 更完整的工具

## 更开放的流量政策

## 更丰富的直播间入口

## 更完整的直播工具



+130%

直播间流量相比年初增长

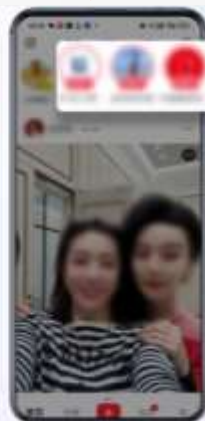
发现页直播TAB



信息流



关注页



直播间上下滑



商品玩法

- 福袋
- 大额优惠券
- 秒杀
- 满额立减
- 满减特价

直播间玩法

- 直播间抽奖
- 直播间连麦
- 直播间布置
- 直播卡片弹窗

# 电商直播新入局 如何做好一场直播？



# 品牌店播第一步：什么是小红书式的店播？

轻松分享，语速放慢

用户停留时长更重要



生活化布景，用心互动

直播间互动率/粉丝转化率



每小时福利玩法

抽奖发券定点拉新/召回



差异化的货盘

主题型/上新型/清仓型/活动型



# 品牌店播第二步：节奏、频次、时段、数据

时间段在什么时候更好？

周一到周五的

**8: 00-12: 00**

**16: 00-20: 00**

**18: 00-24: 00**

周末的全时间段\*

单场多少算不错？

时尚类商家单场**2-4万**

时长多少正合适？

单场不要少于**4小时**

场观多少重要吗？

要更关注

**预告笔记进店人数**

**转粉人数**

**交易新客**

一周播几次更合适？

月上新**2次及以上**的品牌

建议一周店播**2次及以上**

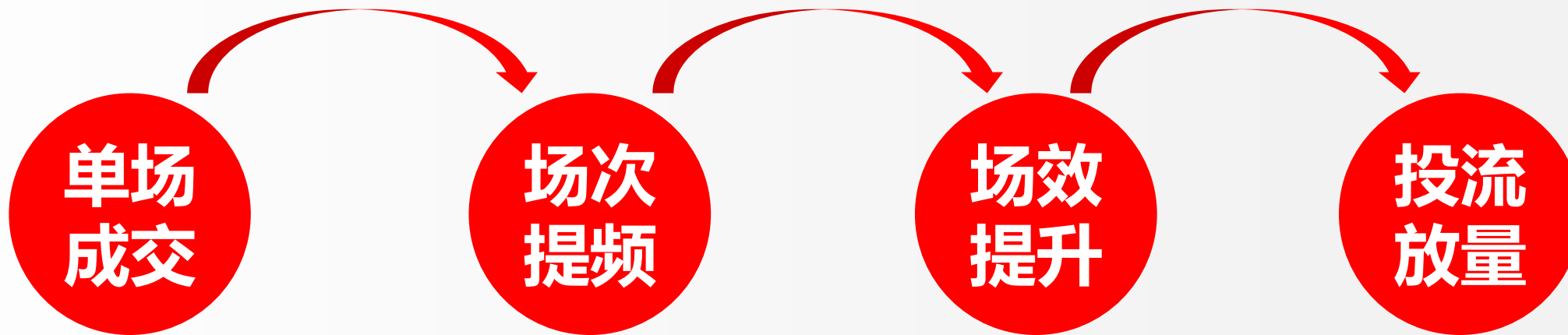
复盘核心看什么？

人：**转粉人数、粉丝转化、新老客转化**

货：**爆款、引流款、搭配款、福利款效率**

流量：**笔记、店播间免付费流量效率**

# 品牌店播第三步：四段进阶-单场、频次、场效、投放



流量：**预告笔记、直播回放**  
货盘：**主题、备货**  
玩法：**基础玩法**

货盘：**增加爆款现货占比**  
玩法：**进阶玩法（抽奖）**

货盘：**爆款、引流款、搭配款、福利款占比**  
玩法：**进阶玩法（秒杀）**

直播前：**直播预告**  
直播中：**定向人群进播**  
直播后：**商销**



# 电商直播新入局 如何规划好投放策略？



# 流量获取 - 直播间流量获取路径 (自然+付费)

## 笔记 笔直联动

- ◎ **直播预告笔记**  
提前预热, 锁定人群
- ◎ **其他内容笔记**  
直播历史笔记也会被重新分发, 反哺直播间流量

公域

## 营销活动 活动资源位

- ◎ 开屏
- ◎ 海景房
- ◎ wowcard
- ◎ 排期位
- ◎ 官号笔记宣推

公域

## 直播间 分发逻辑

- ◎ **直播间销量**
- ◎ **GMV**
- ◎ **GPM (千次曝光成交)**  
可以在选品上增加适合承接公域的平均百搭基础款, 应季品
- ◎ **封面点击率**
- ◎ **人均停留时长**  
直播背景: 美观的直播场景、可以提升人均停留时长  
直播氛围: 积极互动, 提升人气, 可以提升人均停留时长

公域

## 粉丝粘性



群聊/粉丝团



互动直播

私域

## 商业化推流

流量助推

X

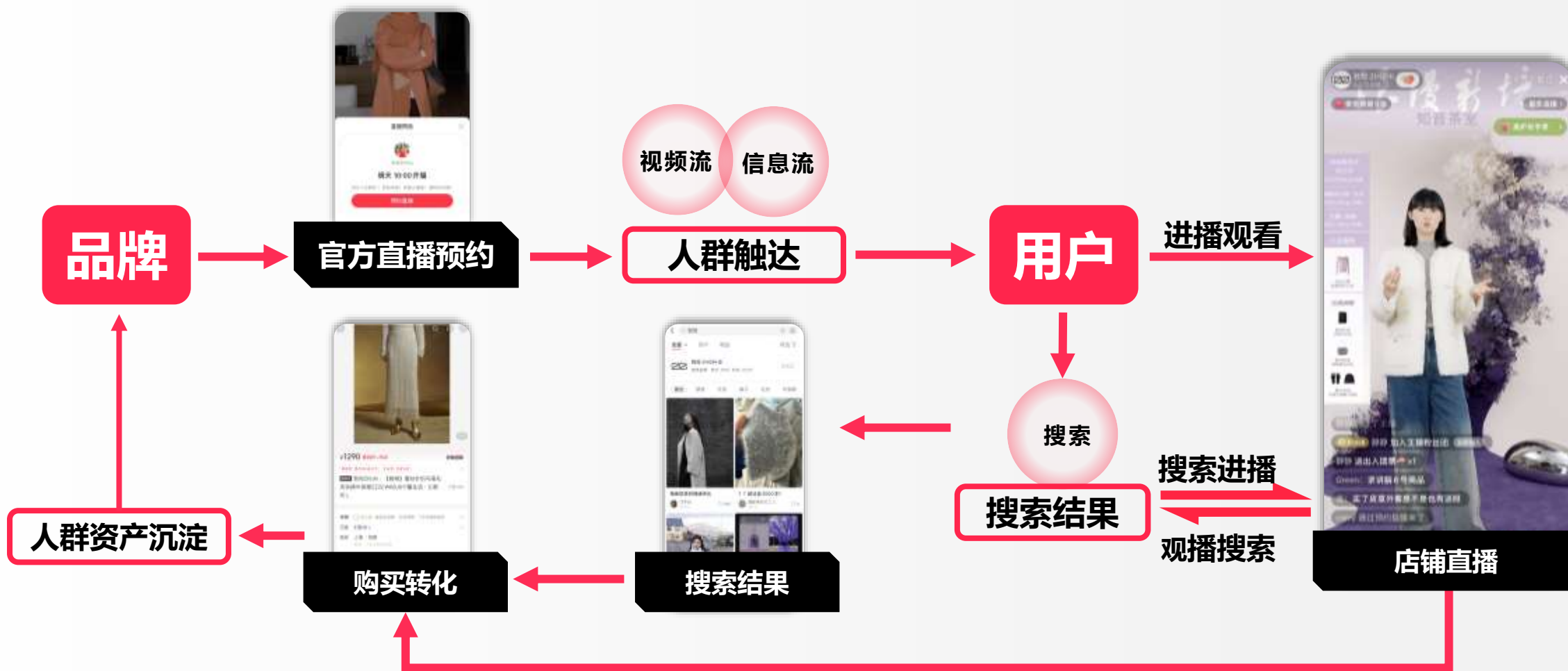
投放工具

X

精准人群

商业化

# 店播链路：预约+进播+转化，店播直播完整闭环

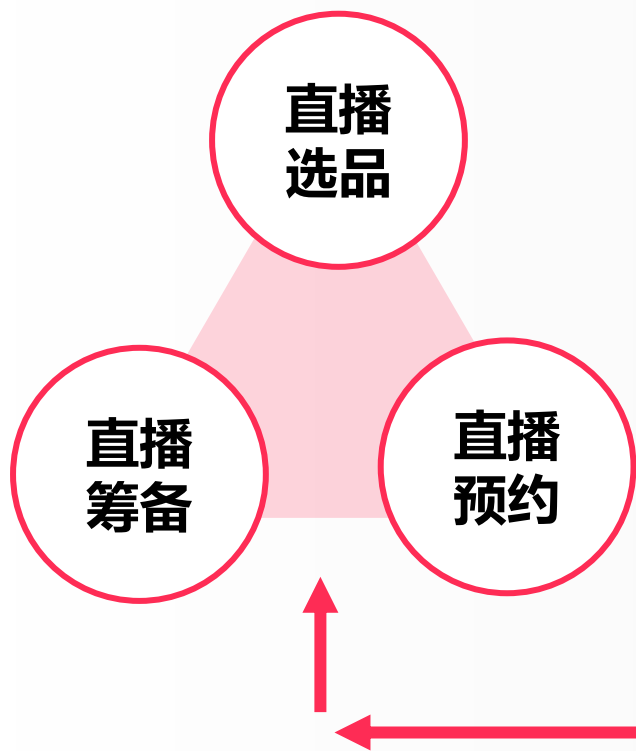


# 如何做好一场店播？

## 直播前

明确直播日历，做好直播准备

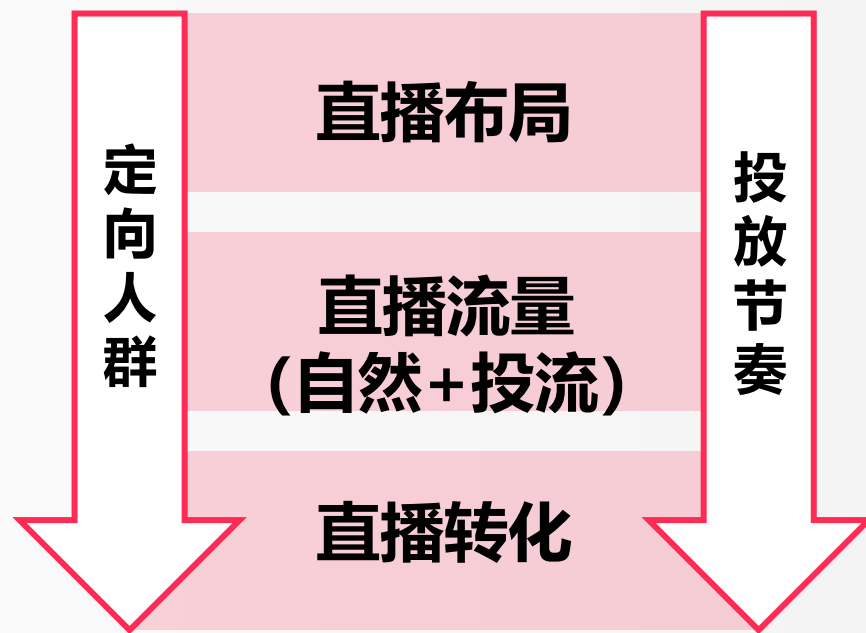
围绕**选品、筹备、预约**三方面展开



## 直播中

完善直播布局，承接流量转化

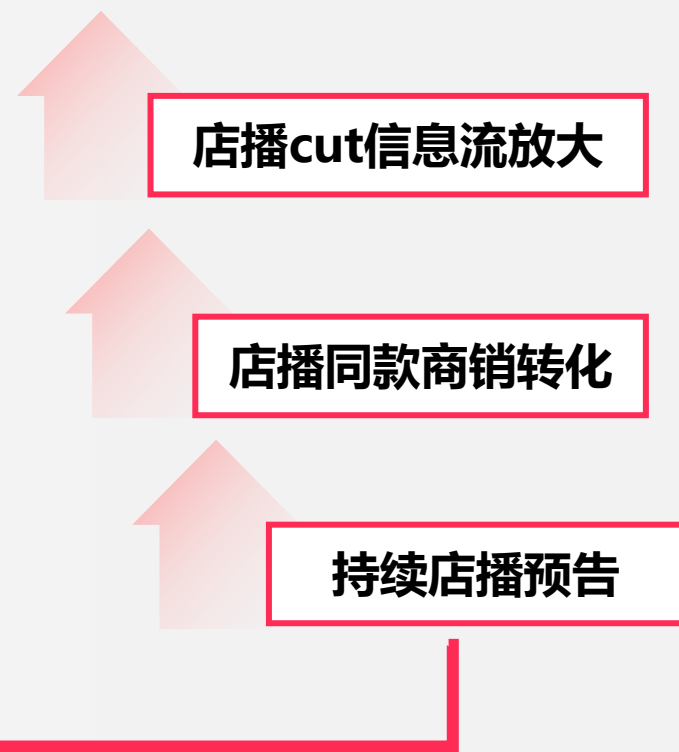
围绕**直播、流量、转化**三方面展开



## 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——选品、筹备、预约三步走，不打无准备之仗

已有种草心智商品



应季热销商品



## 直播的人

- 形象气质
- 镜头表现
- 带货能力
- 达人合作

## 直播的货

- 价格全网统一
- 突出品线优势
- 优惠券

直播选品

直播筹备

凸显商品性价比

搭配成套OOTD

## 直播的场

- 风格
- 布置
- 脚本
- 引流素材
- 直播封面

## 直播的利

- 整点秒杀
- 满减活动
- 免单活动
- 抽奖活动等



笔记挂接预约组件

直播预约

A用户笔记关联B用户预告组件



**直播前——观播、转化、流量测算，不算不清楚之账**

**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  
+

**直播间广告投入预算 = 广告引入观播人数 \* 平均进播成本**

# 直播前——直播间预热，提高预约笔记互动蓄水

## 前置预告笔记 有效带动直播预热量

预热笔记  
(本人)



预热笔记  
(他人)



直播间介绍  
绑定预告



直播间  
预告推送



个人主  
页预约



粉丝群  
预热



## 精细人群、笔记预约提前蓄水造势

投放节奏

店播提前**3天**预热

人群定向

直播间活跃/流失/相似人群

博主粉丝/偏好人群

品牌/品类兴趣人群

奢美/中产/尝新等特色人群

电商/囤货购物人群

笔记方向



强调直播时间/福利

前置产品种草信息

引导预约加粉

# 直播中——直播间推广助力，为观播、转化保驾护航

## 直播推广样式

## 直播推广能力

### 样式1：笔记二跳引流直播间

### 样式2：一跳引流直播间

### 多样性推广目标

信息流

视频流

场域推广样式

场域推广样式



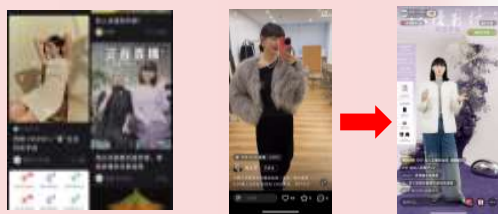
用户刷到笔记封面/视频笔记，点进查看笔记详情，由直播组件（二跳bar）/呼吸灯进入直播间

信息流

视频流

场域推广样式

场域推广样式



wifi：用户刷到直播实况，点击进入直播间  
非wifi：用户刷到笔记封面，点击进入直播间

广告类型

推广目标

推广标的

信息流

视频流

全站智投

点击量

有效观看量

直播间成交

直播间ROI

直播间

直播间

笔记+直播间

进播成本可控

放量空间大

直播转化最佳



# 直播中——优化有效观播量、直播间成交、ROI

## 精准定向+算法 带动直播间进播及转化

### 1 多重目标 高效引流

· 优化直播间**点击量** 短期提升直播间热度

· 优化5s**有效观看量** 持续稳定直播间人数

· 优化**直播间成交** 高效优化直播间下单转化

### 2 多维定向 精准覆盖

电商购物人群

品牌/行业种草

博主粉丝/兴趣人群

直播间活跃/流失人群

历史观播人群

品牌/行业种草人群

直播间活跃人群 **NEW**

博主人群 **NEW**

DMP人群

已预约/加粉人群

.....

## 直播间精细化配合投放

1~2h

### 1 直播前期，关注直播间热度

✓ 需要先把直播热度炒上去，带动自然流量增加，搭建**直播点击和直播观看计划搭配一跳**，以放量为观测目标

2~3h

### 2 直播中期，关注直播间GMV成交情况

✓ 增加直播间成交和直播间ROI计划，**主投二跳**，为直播间引入更精准的人群，同时控制点击和观看的计划跑量速度

3~4h

### 3 直播后期，停掉点击和观看、成交

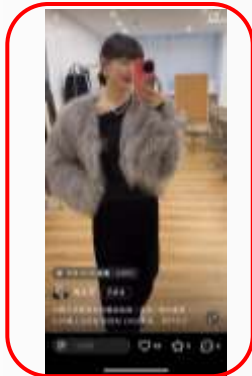
✓ 只跑**直播间成交和直播间ROI计划**，拉高直播间GMV和广告ROI

# 直播后——店播切片视频和笔记挂车，二次发酵促进转化

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



无差评且正向引导

负向评论正向回应

用户疑问及时解答

购买方式引导

直播后玩法：直播人群触达，破圈投放，声誉管理

1 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

2 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

3 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

# SUMMARY-直播推广组合投流策略

## 直播间动作

## 直播预热

## 直播开场互动

## 推秒杀、福利品

## 推利润品

## 推广设置

### 推广目标

直播预热量

内测功能，仅邀约客户可用

### 投放内容

直播预告笔记

### 投放设置

1. 时间：开播前**2-3天**开始预热
2. 计划预算：每天预算 > **3000元**
3. 定向：圈选人群数量较少，精准定向

### 推广目标

直播间点击

### 投放方式

直接推广直播间

### 投放设置

1. 创意：准备3-5张直播卡
2. 计划预算：**3000元**
3. 定向：圈选人群数量较少，精准定向
4. 出价：需手动出价，参考账户平均点击成本出价

### 推广目标

有效观看量

### 投放方式

笔记推广直播间

### 投放设置

1. 创意：准备4-5篇笔记
2. 计划预算：大于5000元
3. 定向：圈选人群数量较少，精准定向
4. 出价：可让系统智能出价，或自己手动出价

### 推广目标

直播间成交

直播间ROI

### 投放方式

直接推广直播间  
笔记推广直播间

### 投放设置

1. 创意：准备3-5张直播卡/笔记
  2. 计划预算：大于客单价\*1.5
  3. 定向：圈选人群数量宽泛，给模型找人空间
  4. 出价：账户平均点击成本
4. 出价：参考账户近7天平均ROI

如果商家没有专门的运营在直播期间操盘，可单独投「直播间成交、支付ROI」的计划，暂不组合投放



**THANKS**

小红书