

小红书大促实战方法大揭秘

主讲人署名：周安琪
盈恩科技联合创始人
茉莉数科集团运营总监



周安琪

讲师简介

小红书种草学合作讲师

盈恩科技联合创始人

茉莉数科集团运营总监



目录

PART 01 关于盈恩

PART 02 如何最大化小红书大促种草效能助力销售

PART 03 如何借助大促以完美姿势入局小红书闭环电商



PART 01

关于盈恩

公司介绍

盈恩科技垂直深耕小红书内容营销6年



INPLUS TECHNOLOGY INPLUS TECHNOLOGY INPLUS TECHNOLOGY INPLUS TECHNOLOGY INPLUS TECHNOLOGY INPLUS TECHNOLOGY INPLUS TECHNOLOGY



2018

盈恩科技
正式成立



2019

成为小红书首批
官方认证MCN机构



2020

GICF 红交金 最佳MCN机构奖项
仪时尚 年度最具商业价值MCN
聚美丽 年度最佳小红书MCN机构



2021

获小红书官方颁发
蒲公英代理商牌照



2022

成为小红书年度最具潜力合作伙伴
获官方ISP整合营销业务代理商授权(全国仅7家)
金合奖3C电子及家电类-整合营销铜奖
小红书锻造营优秀服务商TOP1
非凡奖最佳美妆行业抖音营销

盈恩科技为首批小红书整合营销代理商，屡获殊荣



★ 小红书整合营销全牌照服务商 ★

小红书整合营销ISP渠道服务商
全国首批

星任务优选服务商
全国首批

小红书蒲公英合作代理商
首批

小红书官方认证MCN机构



PART 02

品效种草四部曲

如何最大化小红书大促种草效能助力销售

大家做小红书推广是否遇到以下问题？

卖点很多，如何选对沟通角度？

有好笔记，如何最大化效能？

大促流量贵，如何精准拦截？

品效种草四部曲

小红书 种草学



挖掘红海市场中蓝海需求切入口，洞察生意增长新机会

找对的方向一举打透，种草转化事半功倍



新赛道的切入

用户对于痘痘贴时效需求，搜索规模 > 内容规模，
是值得投入的蓝海赛道

筹划期

种草期

蓄水期

爆发期

小红书

种草学

挖掘红海市场中蓝海需求切入口，洞察生意增长新机会

找对的方向一举打透，种草转化事半功倍

市场竞争

重新定位1小时祛痘心智
区隔同类产品卖点



突破跨品类场景使用限制
抢夺竞品优势场景

新人群的增长

该类目下暂无霸主，品牌竞争并不激烈，
可差异化卖点沟通，抢夺更多人群

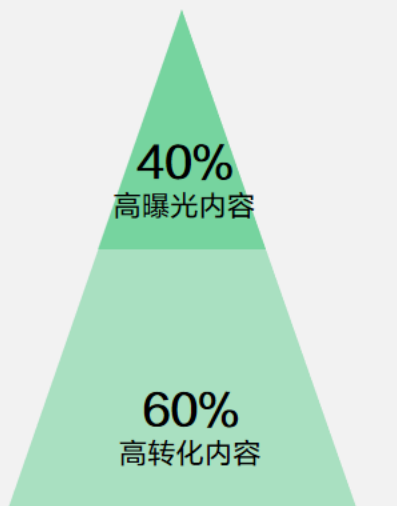
以结果为目的，赛马测试「高转化」内容模型

调性？曝光？转化？明确投放目的是关键，素材类型影响最终成效

以转化型素材为主
构建内容矩阵

进店结果验证内容
不要过分关注过程指标

科学赛马机制
打造高转化内容模型



*具体比例根据实际项目确定

优先关注结果指标：

站外行为成本（进店成本）

站外行为转化率（进店率）

站外行为UV（进店UV）

过程指标：

CTR、回搜率

CPM、CPC、CPE

vs大盘
vs自己

低进店成本素材



高进店UV素材



集中加热+高转化内容快速复制，实现转化效益最大化

持续完善高转化内容矩阵，有效低成本带流量进店

创新素材投放标准
提高投流效能

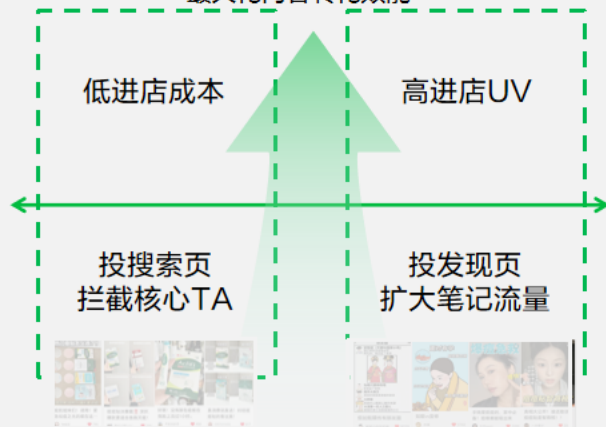


提取内容共性
批量复制高转化素材

过去常规打法：
先投F筛选低成本笔记投S
素材无法最大化利用



现在创新思路：
以结果为导向优选投放场域
最大化内容转化效能



新复制的素材



筹划期 > 种草期 > 蓄水期 > 爆发期

小红书 种草学

有效口碑管理+低价长尾词，包围式拦截高潜流量

好内容的发酵离不开口碑维护和关键词卡位

优质笔记持续加投
评论区维护打造好口碑



匹配关联度优质笔记
重点抢占核心词搜后占位

第一波笔记评论区总结
消费者核心关注
是否适用/效果/用法/购买方式/成分

step1划分词类

疑问长尾词

品类推荐词

功效需求词

step2多维度分析
匹配最优素材

封面+标题

第二波笔记发出前
优化笔记沟通内容
准备维评模板，提高种草力度



筹划期 > 种草期 > 蓄水期 > 爆发期

小红书 种草学

小红书种草成效

大品牌切入痘痘贴小众市场登顶top1，撕开祛痘大品类市场缺口

突出重围
成为痘痘贴类目
TOP 1



提升内容效率

紧急祛痘场景破圈笔记占领流量+痛点需求，配合CPC优化达成各项KPI

占领品类SOV NO.1

该产品成为痘痘贴下游词品牌声量最高

助力618天猫搜索

找到品类增长赛道，天猫UV同比提升100%+

筹划期

挖需求

分析市场供需&竞争情况

种草期

测内容

用进店指标验证内容种草力

蓄水期

强投流

集中加热最大化内容效能

爆发期

截流量

评论区维护+长尾词占位

科学种草 赋能 生意转化

PART 03

4C3P闭环模型

如何借助大促以完美姿势入局小红书闭环电商

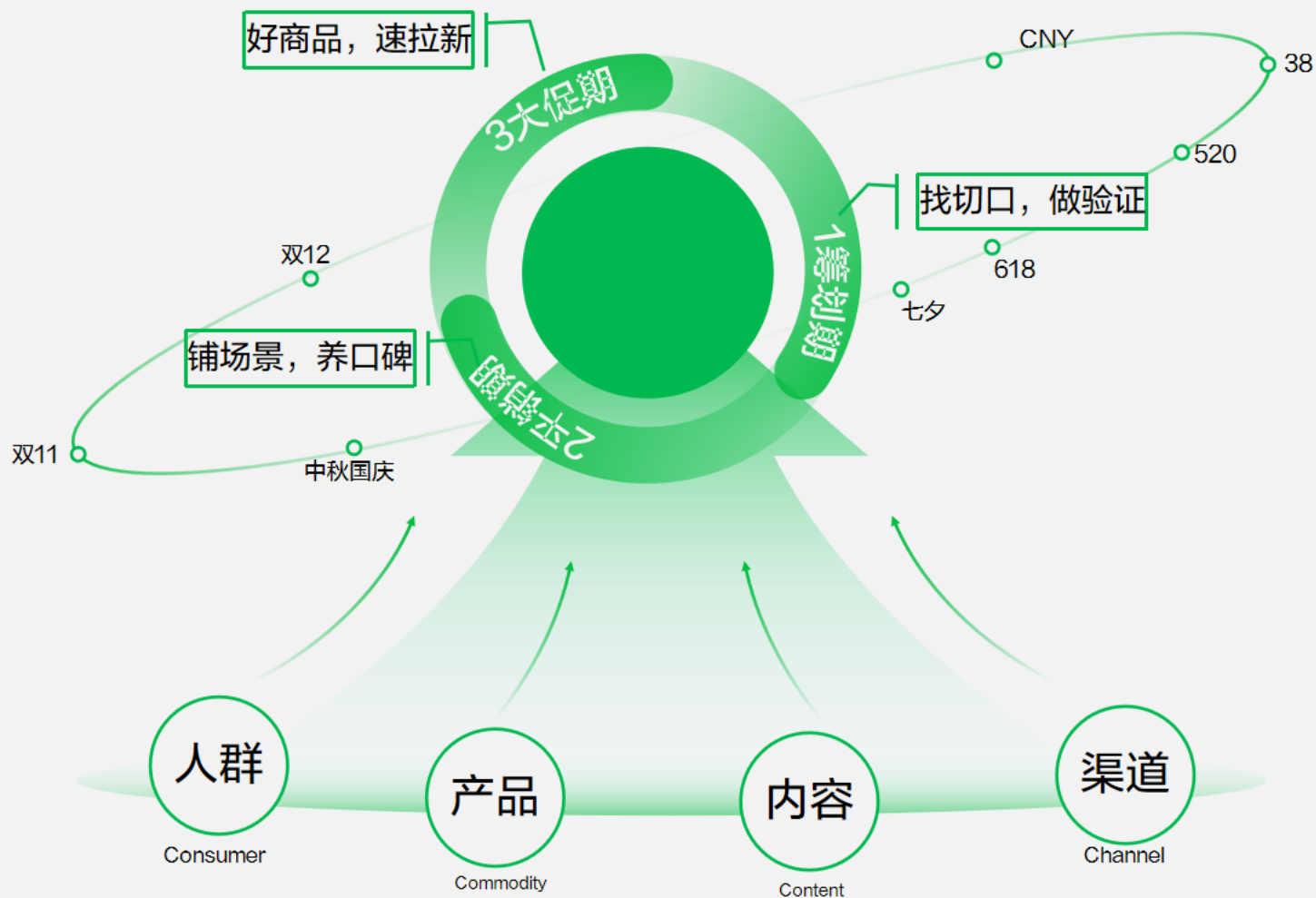
大家在准备做小红书电商时，是否遇到以下问题？

产品很多，如何选择第一款？

效果还不错，如何快速放大？

临近大促，如何实现生意爆发？

4C3P闭环模型



从0到1入局小红书电商需要布局什么渠道？

小红书 种草学

小红书
电商

打造
官方
阵地

笔记带货

测品+涨粉
组件引流

品牌直播

销售转换
直播引流



借势
营销
扩量

买手直播

场景破圈
销售转换



品牌店铺

销售转化+购买人群沉淀

筹划期

平销期

大促期

小红书 种草学

筹划期可重点发力笔记带货，解决涨粉和选品问题



找准内容场景，立住人设

输出创意优质内容，涨粉1000+

挂链测试，3×2产品+内容测试最优解

借势BFS低成本快速验证，选定核心爆品

*图片来源于网络，仅示意

找到平台趋势与品牌商品的交集，根据内容场景定人设

内容场景

聚光 灵犀

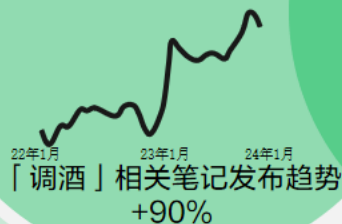
蓝海市场

品类高增速机会点

红海市场

红海市场中空白需求

平台趋势



品牌货盘

自调货组销量更高

淘 蒲公英

成熟品牌

电商销量TOP

新锐品牌

选择有基础认知的品类

通过BFS快速测试货品+内容成功模型，做账号长期数据积累

内容模型&发布频率

人设利他化×笔记内容化

1周至少3篇笔记

持续投放爆款笔记



核心关注指标

涨粉量

品牌兴趣

笔记阅读量

内容兴趣

商品点击率

商品兴趣



小红书千帆

一站式电商经营平台

3×2选出最优组合

货品1

货品2

货品3

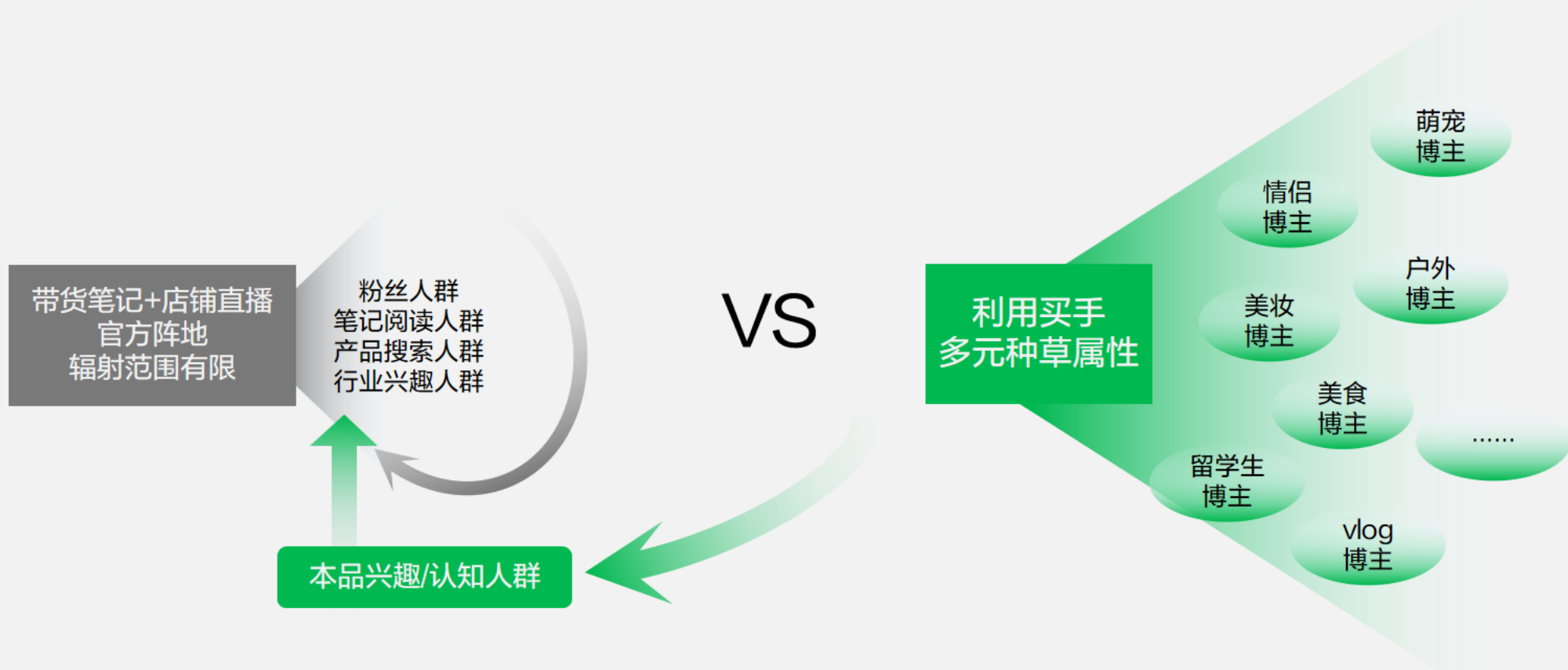


内容趋势2

调酒内容趋势



平销期开始组建买手矩阵，拓圈新人群新场景



筹划期 平销期 大促期

小红书 种草学

借助买手直播销售，养口碑，养权重

突破传统选号思维，以生活方式挖掘宝藏买手

卖点沟通要链接情绪，小红书直播除了卖货还有种草

先看关联度

产品使用场景



行业标签 ×

生活方式 ✓

再看性价比

买手直播数据



很优惠你要买 ×

你需要你才买 ✓



同步合作买手发布直播预告笔记，养场景，养心智

借力买手原生风格，拓展产品生活场景

直播前通过内容前置种草兴趣人群

酒鬼女孩×调酒教学



我掌握了完美highball的@密...一口回魂！

索菲亚一斤半 846

穿搭博主×一衣多穿



！谁穿谁好看的防晒穿搭~(可盐可甜拿捏)

-大安安 1331

明星博主×日常vlog



记录2023年的盛夏

杨蓉 5681

好物分享合集

使用攻略/科普干货

.....

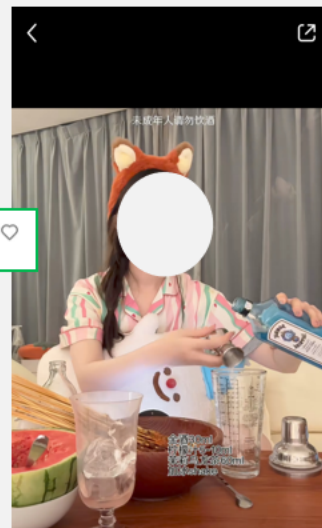


共 72 条评论

-大安安 作者
今天是防晒报告！12号也有哦~记得预约

- 最新评论
- 哈哈 怎么预约啊 06-08 湖南
 - 重真 Sabrina bgm是我喜欢的歌！ 06-08 浙江
 - 小朋友 求歌名 06-06 河南 展开 5 条评论
 - 就喝亿杯牛奶 宝贝想问问第二套藏青色工装裤是你穿的加长的还是普通的呀？ 06-06 天津
 - 大安安 作者 加长哦 06-06 四川 展开 3 条评论

让大家听到你的声音



今天20:40直播 | 预约

今天20:40直播 | 预约

说点什么... 3847 363 200

筹划期 平销期 大促期

小红书 种草学

三大渠道协同发力，匹配大促氛围升级福利款，实现破圈增长

推出价格机制
更好的福利款

话术调整
提高价值感

赠品营销
快速引流锁客

客单
100+

百搭基酒
受众更广

调酒色彩
更丰富

机制加赠和氛围提升

新手必备雪克壶

在家也能轻松调酒

筹划期 > 平销期 > 大促期

小红书 种草学

某食品饮料客户小红书闭环成效

从0到1搭建站内闭环，实现生意10倍增长

粉丝2周破千
1个月破万

新客规模提升
(6月vs3月)
6倍+

买手成交GMV
40%+

项目总体ROI
稳定>4

笔记带货

搭建品牌自营阵地
测试核心爆品货组

买手直播

场景种草+直播分销并行
破圈行业/产品兴趣人群

优惠机制

匹配大促升级福利款
赠品+话术提升复购频次

完美入局小红书电商