

小红书

好产品赢战 618。

INSPIRE
LIVES
2023 Xiaohongshu



「好风凭借力」

——美妆洗护行业618节点指南

分享人：雨萱 小红书商业美奢洗护行业整合营销总监

小红书

美奢洗护业务部

2023.04



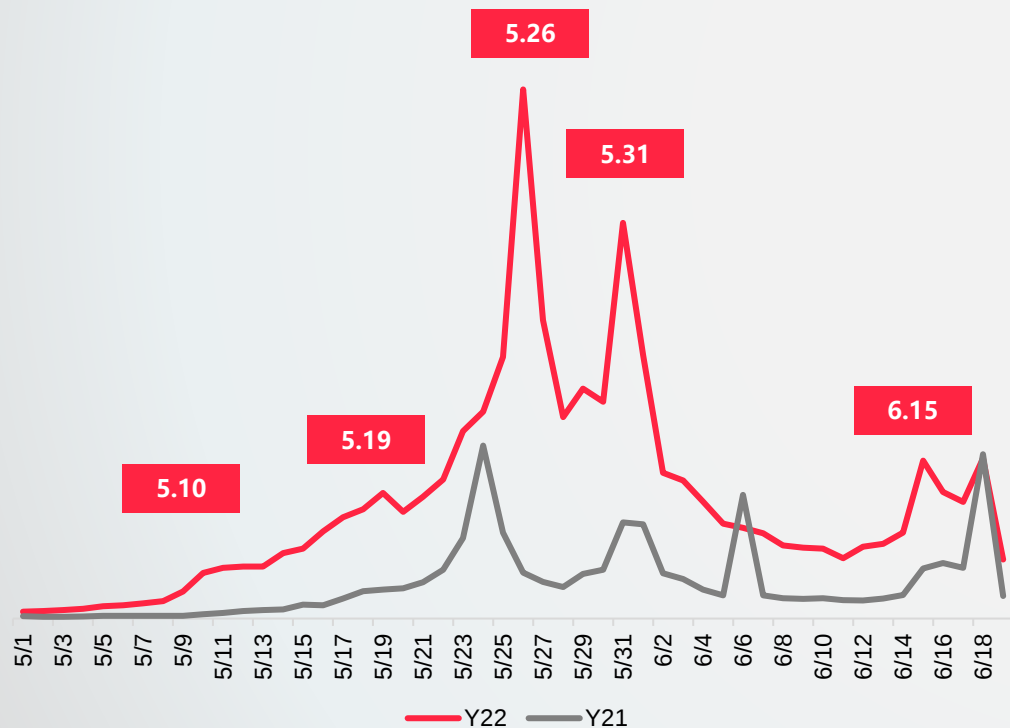
PRAT 1 迎风借力 618节点洞察

618大促战线拉长，热度创新高

22年618搜索趋势从5.10开始起量，内容发布前置化，笔记热度不断攀升

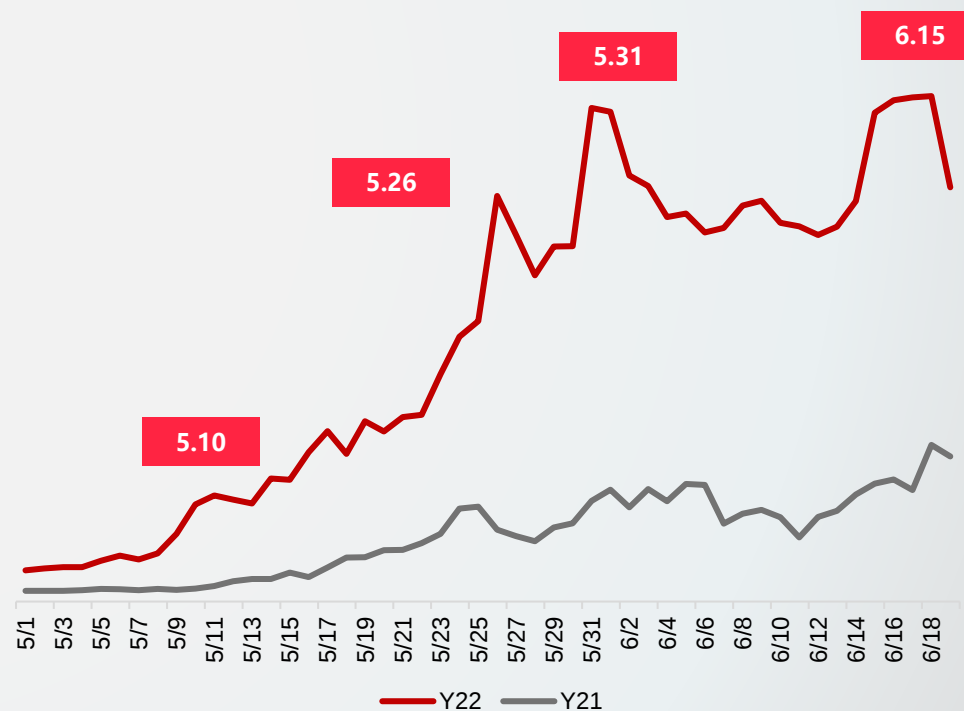
22年618期间站内【618】关键词搜索趋势

22年618期间搜索趋势同比+228%



22年618期间站内【618】关键词笔记趋势

22年618期间笔记发布同比+309%



618大促心智强，消费指向性明确

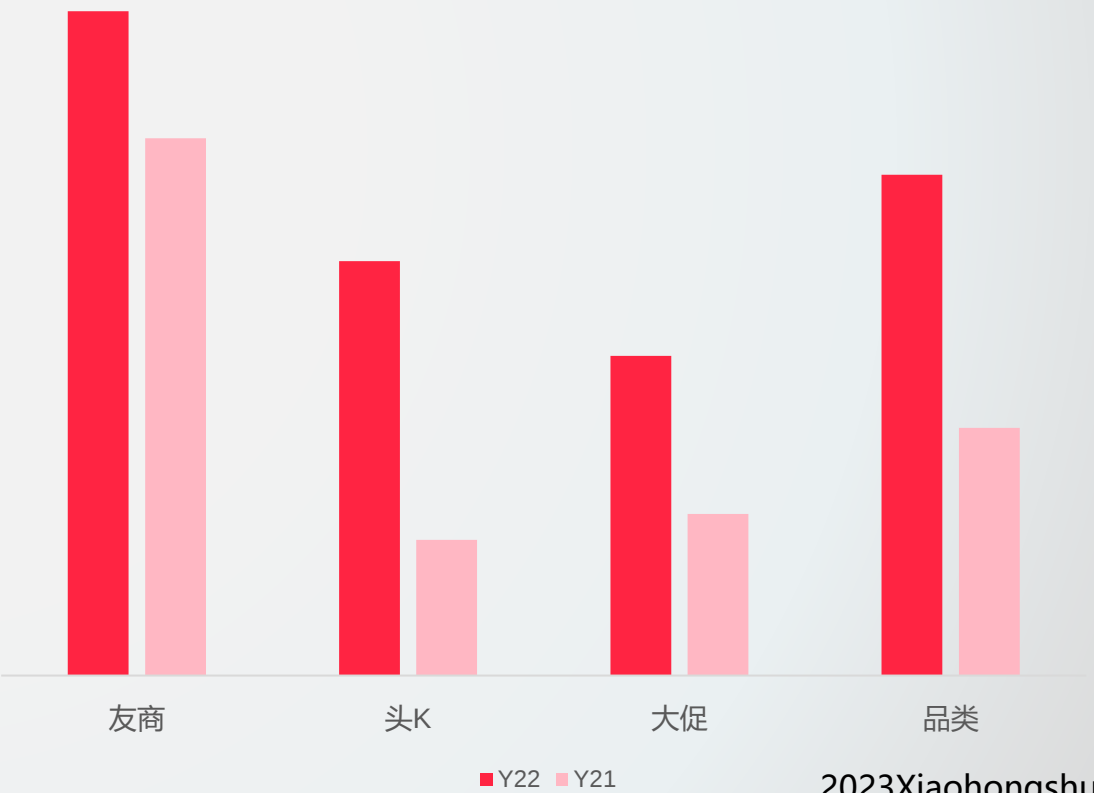
站内受全网「大促」氛围影响，消费意向更强烈，种草需求更多元

22年618节点站内搜索排名

- 618
- 李佳琦618
- 618攻略
- 京东618
- 李佳琦618直播间预告
- 淘宝618活动
- 618购物清单
- 618母婴囤货
- 618满减
- 618手机
- 618鞋子
- 618理想生活新鲜式
- 618苹果活动
- 618面膜
- 618应该买什么
- 618薅羊毛
- 618黄金
- 618红包
- 618心愿池
- 618抄作业
- 618考研
- 618家电
- 618衣服
- 618卫生巾
- 骆王宇618



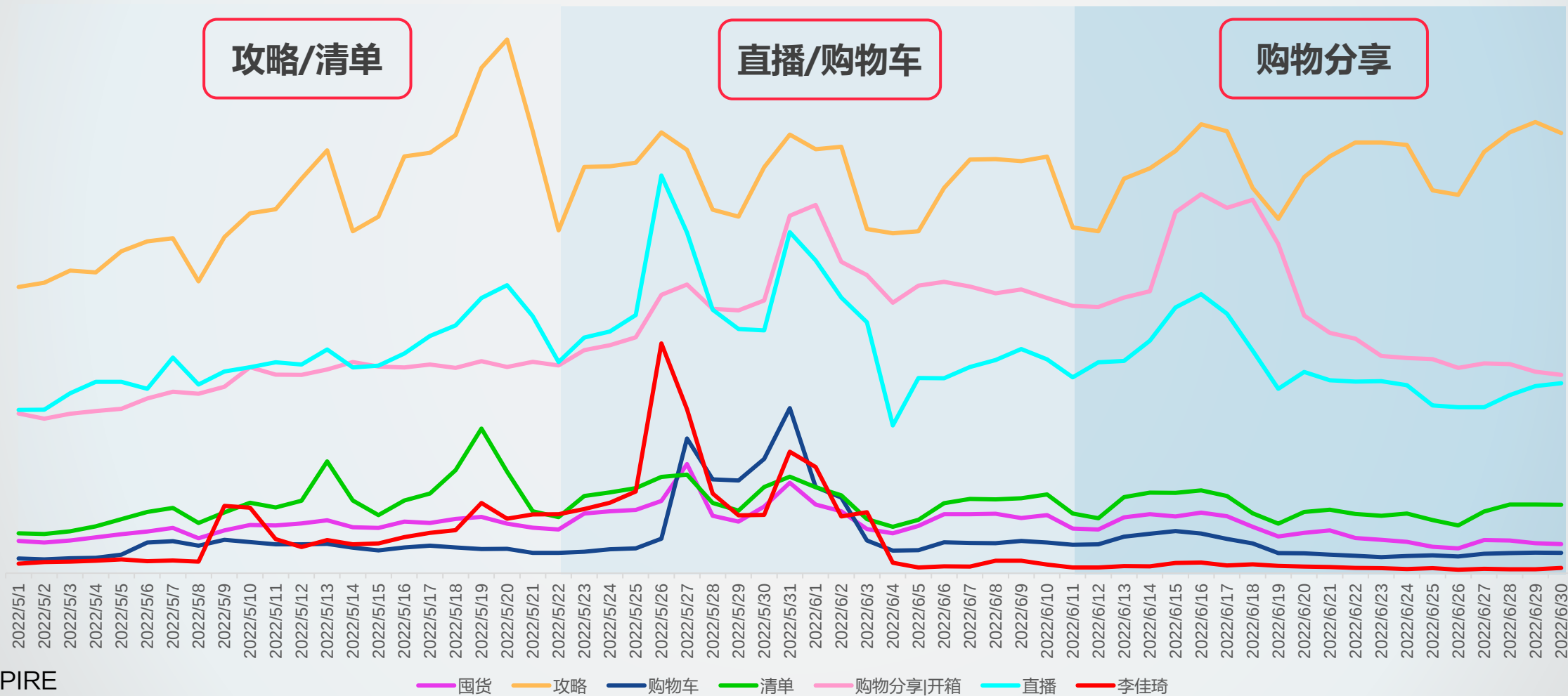
618期间不同类型热搜词趋势



618期间，攻略/清单内容热度高

囤货心智突出，受大促影响峰值明显，热度持续蔓延

22年5-6月大促相关词笔记发布趋势





PRAT 2

驭风而行 美妆洗护类目趋势

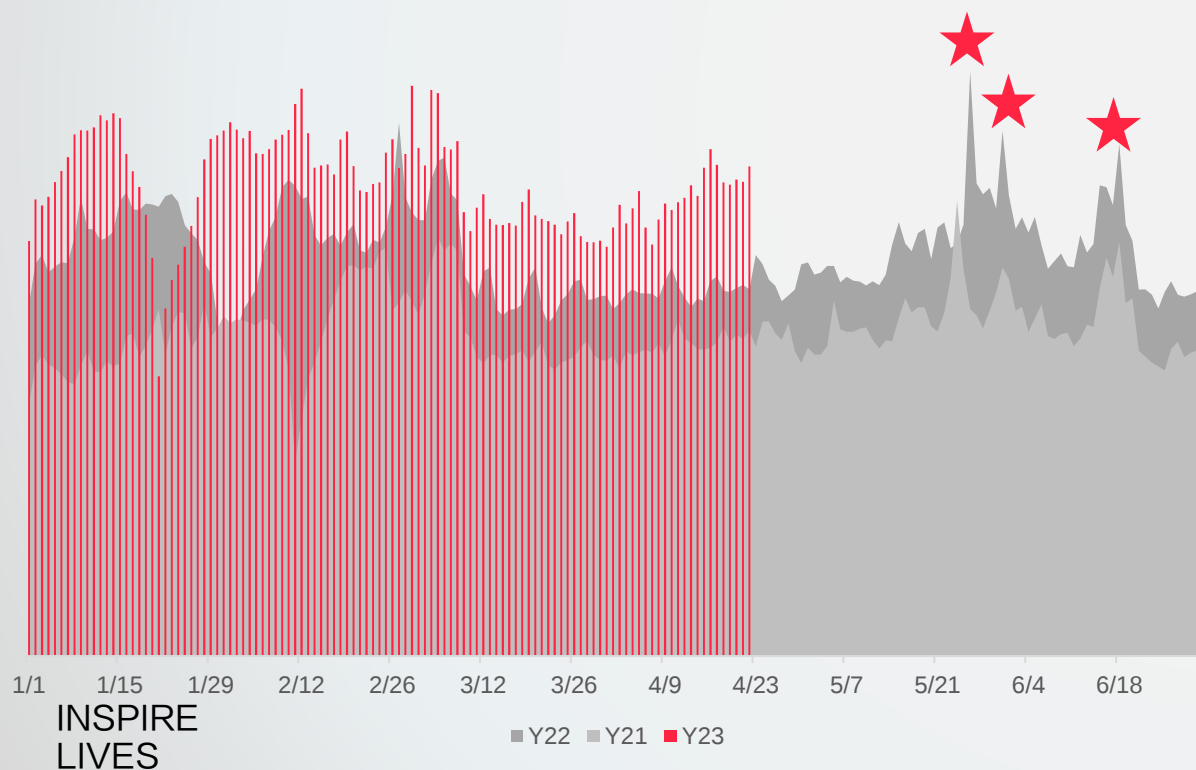
美妆个护大盘涨势良好

美妆&个护搜索增速全面暴涨，Y23美妆大盘预估搜索同比增长55%+

美妆行业23年vs22年vs21年1-6月搜索趋势

22年618期间搜索同比+23%，环比+57%

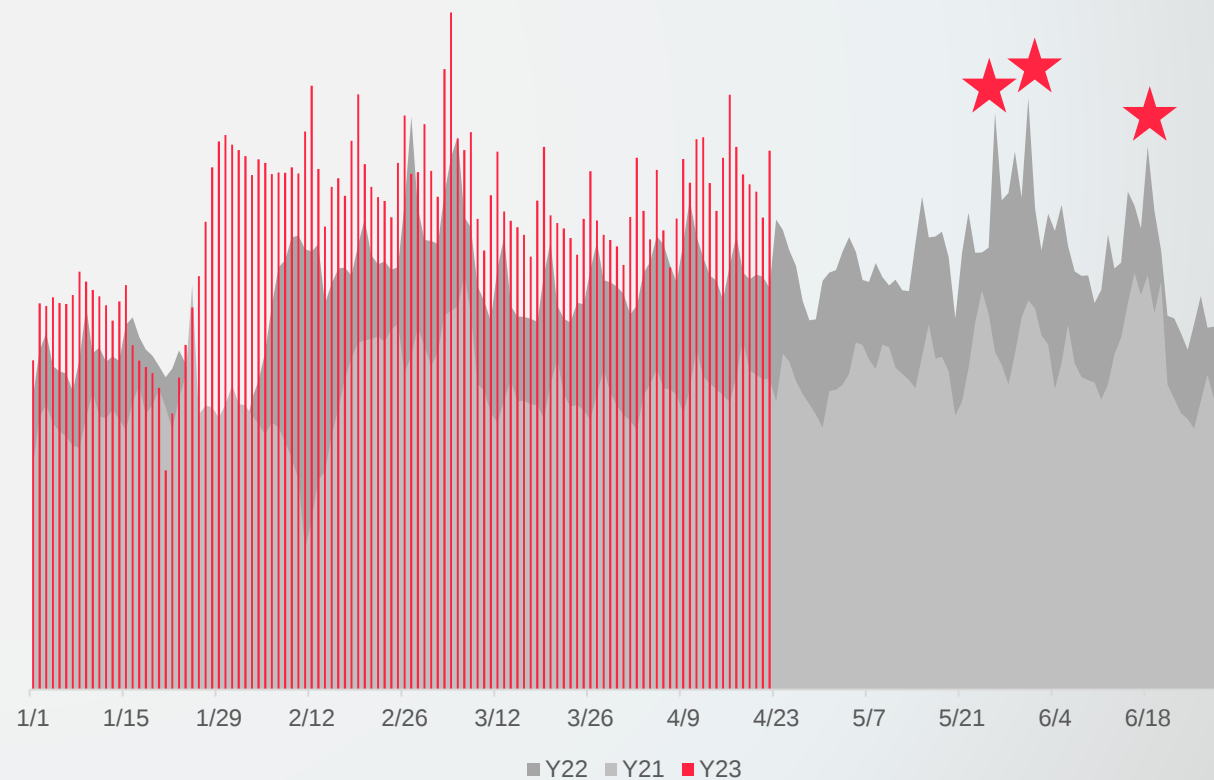
23年1-4月搜索同比+26%



个护行业23年vs22年vs21年1-6月搜索趋势

22年618期间搜索同比+32%，环比+117%

23年1-4月搜索同比+31%



618美妆洗护投放节奏总结



美妆赛道细分品类增长显著

美妆各品类节点敏感度高，不同品类投放节奏伴有属性差异

护肤 品类环比+66%



彩妆 品类环比+53%



香水 品类环比+47%



个护 品类环比+117%



「提前蓄水 备战预售」 「520预热 多点脉冲」 「重抓520 铺垫618」 「步步紧跟 电商节点」

2022/5/1 2022/5/3 2022/5/5 2022/5/7 2022/5/9 2022/5/11 2022/5/13 2022/5/15 2022/5/17 2022/5/19 2022/5/21 2022/5/23 2022/5/25 2022/5/27 2022/5/29 2022/5/31 2022/6/2 2022/6/4 2022/6/6 2022/6/8 2022/6/10 2022/6/12 2022/6/14 2022/6/16 2022/6/18 2022/6/20

2022/5/1 2022/5/3 2022/5/5 2022/5/7 2022/5/9 2022/5/11 2022/5/13 2022/5/15 2022/5/17 2022/5/19 2022/5/21 2022/5/23 2022/5/25 2022/5/27 2022/5/29 2022/5/31 2022/6/2 2022/6/4 2022/6/6 2022/6/8 2022/6/10 2022/6/12 2022/6/14 2022/6/16 2022/6/18 2022/6/20

2022/5/1 2022/5/3 2022/5/5 2022/5/7 2022/5/9 2022/5/11 2022/5/13 2022/5/15 2022/5/17 2022/5/19 2022/5/21 2022/5/23 2022/5/25 2022/5/27 2022/5/29 2022/5/31 2022/6/2 2022/6/4 2022/6/6 2022/6/8 2022/6/10 2022/6/12 2022/6/14 2022/6/16 2022/6/18 2022/6/20

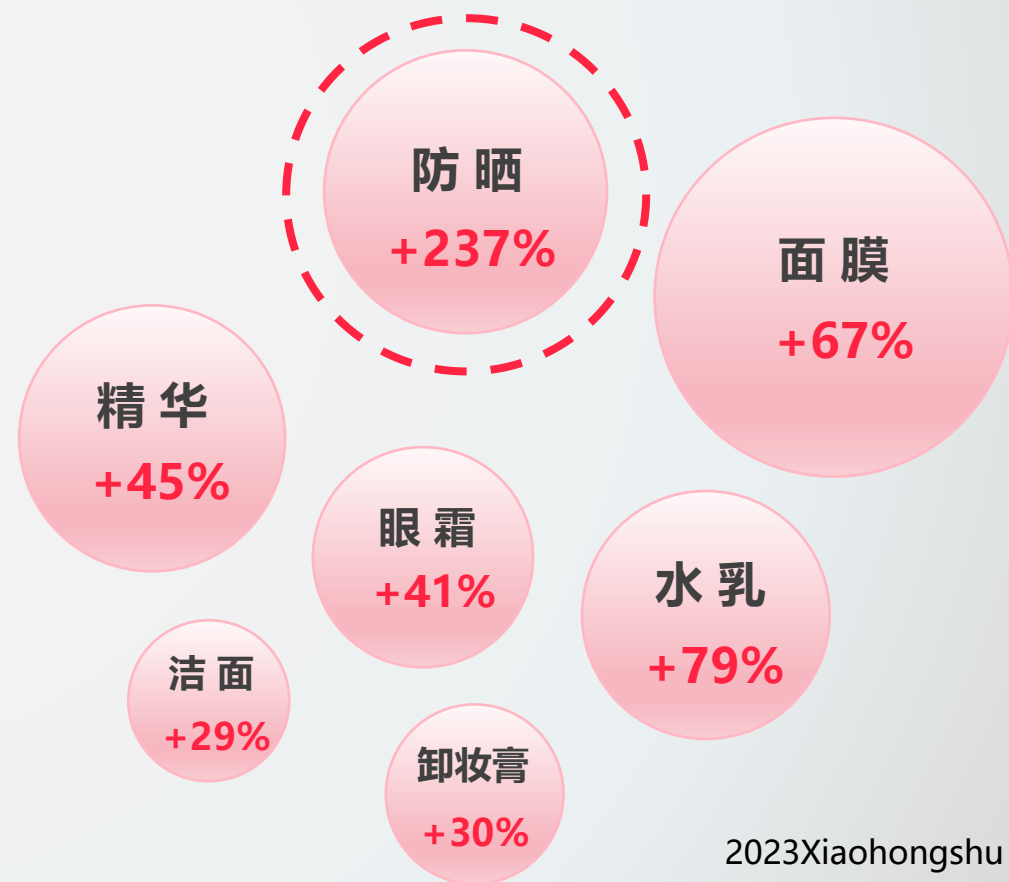
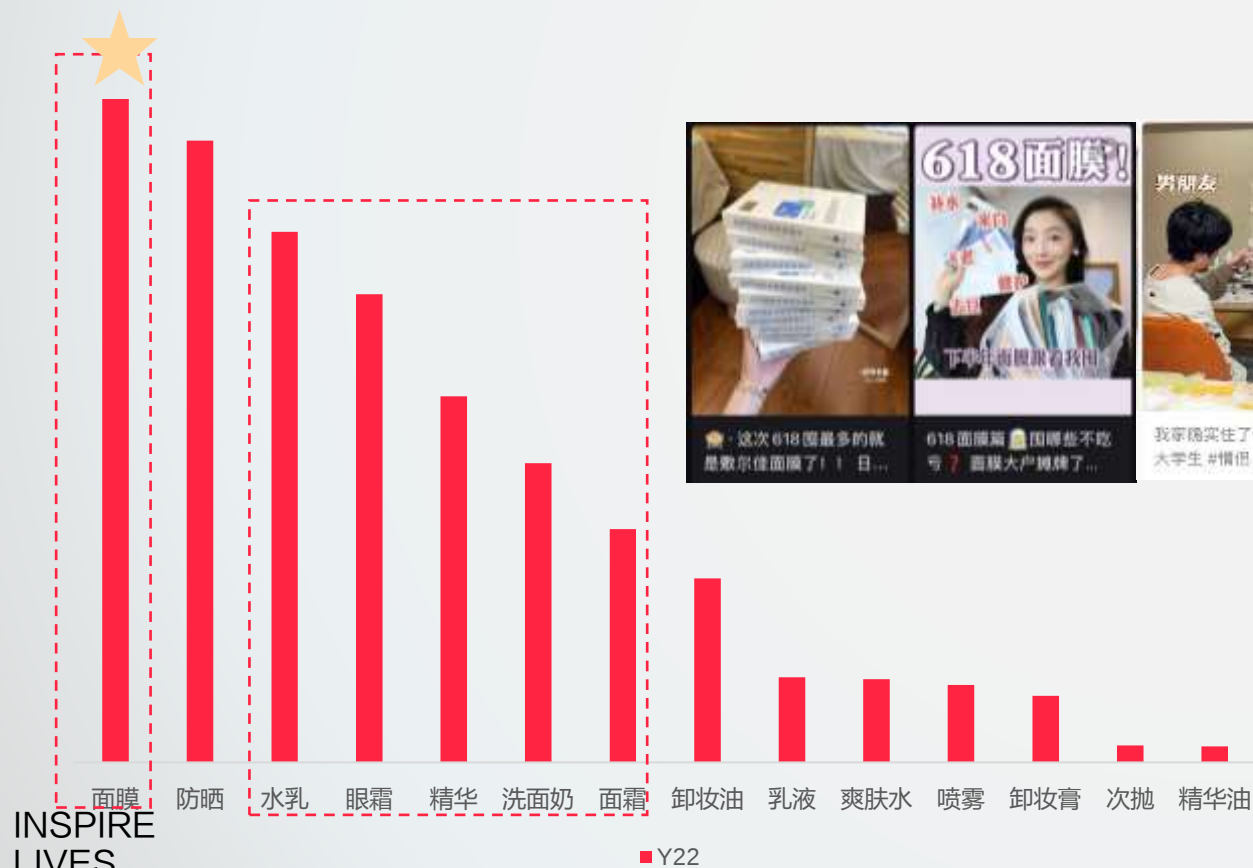
2022/5/1 2022/5/3 2022/5/5 2022/5/7 2022/5/9 2022/5/11 2022/5/13 2022/5/15 2022/5/17 2022/5/19 2022/5/21 2022/5/23 2022/5/25 2022/5/27 2022/5/29 2022/5/31 2022/6/2 2022/6/4 2022/6/6 2022/6/8 2022/6/10 2022/6/12 2022/6/14 2022/6/16 2022/6/18 2022/6/20

「面膜防晒」涨势大好，「水乳精华」持续热搜，「卸妆膏」小品类潜力无限

Y22618期间护肤品类搜索趋势

热门护肤品类Y23搜索环比趋势

*2022-12-20~2023-04-20 (气泡大小代表搜索量)



618期间彩妆品类搜索趋势



520礼物 送闺蜜生日礼物 兰蔻小蛮腰唇釉 ysl小程序 pinkbear唇釉 化妆品礼盒 迪奥999 生日礼物女生 兰蔻196 618活动李佳琦 3ce 迪奥720 潘雨润 珂拉琪 女生生日礼物 老公的520礼物是说明书 兰蔻274 礼物 闺蜜生日礼物 618 ysl 遮瑕 618必买清单 生日礼物女闺蜜 李佳琦直播间预告618 520送女朋友礼物 李佳琦直播间预告 intoyou必买色号

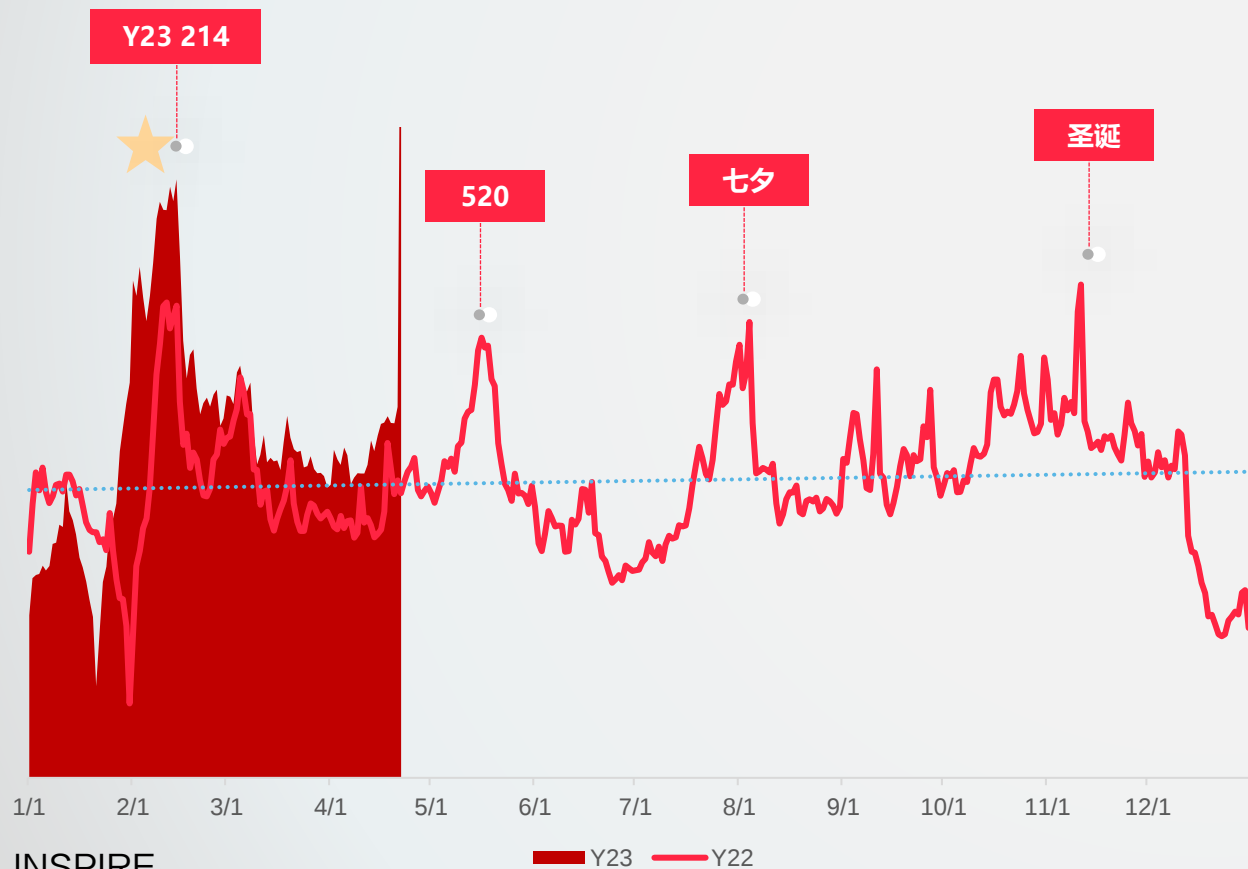
Month	Number of New Patents Granted
2023/1	~0.5
2023/2	~0.6
2023/3	~0.7
2023/4	~0.8
2023/5	~0.9
2023/6	5.6
2023/7	~1.0
2023/8	~1.1
2023/9	~1.3
2023/10	~1.5
2023/11	~1.6
2023/12	~2.0
2023/13	5.13
2023/14	~4.8
2023/15	~4.7
2023/16	~4.9
2023/17	~4.8
2023/18	~4.8
2023/19	~5.0
2023/20	5.20

2023Xiaohongshu

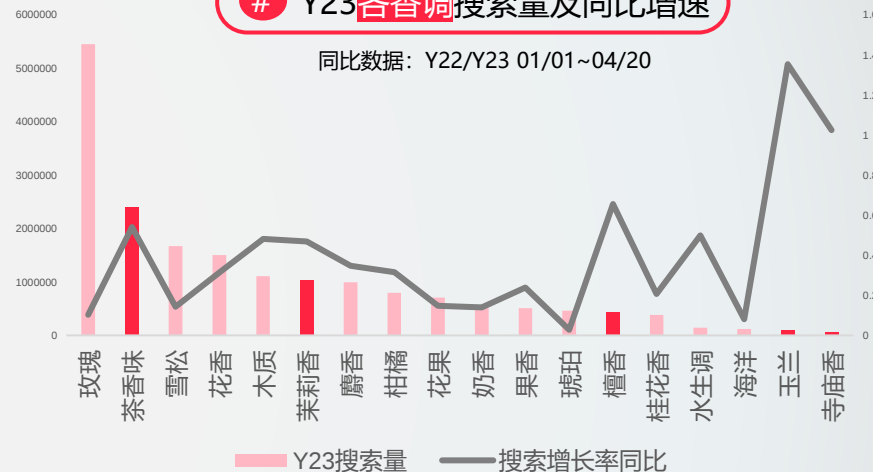
数据来源：小红书数据中台2021.05.10-06.30VS2022.05.10-06.30

香水品类23年涨势迅猛，情感节日“逢礼必搜”，清新花香调春夏机会大

Y22至今香水品类搜索趋势



Y23各香调搜索量及同比增速



【夏日香水】搜索环比+151%

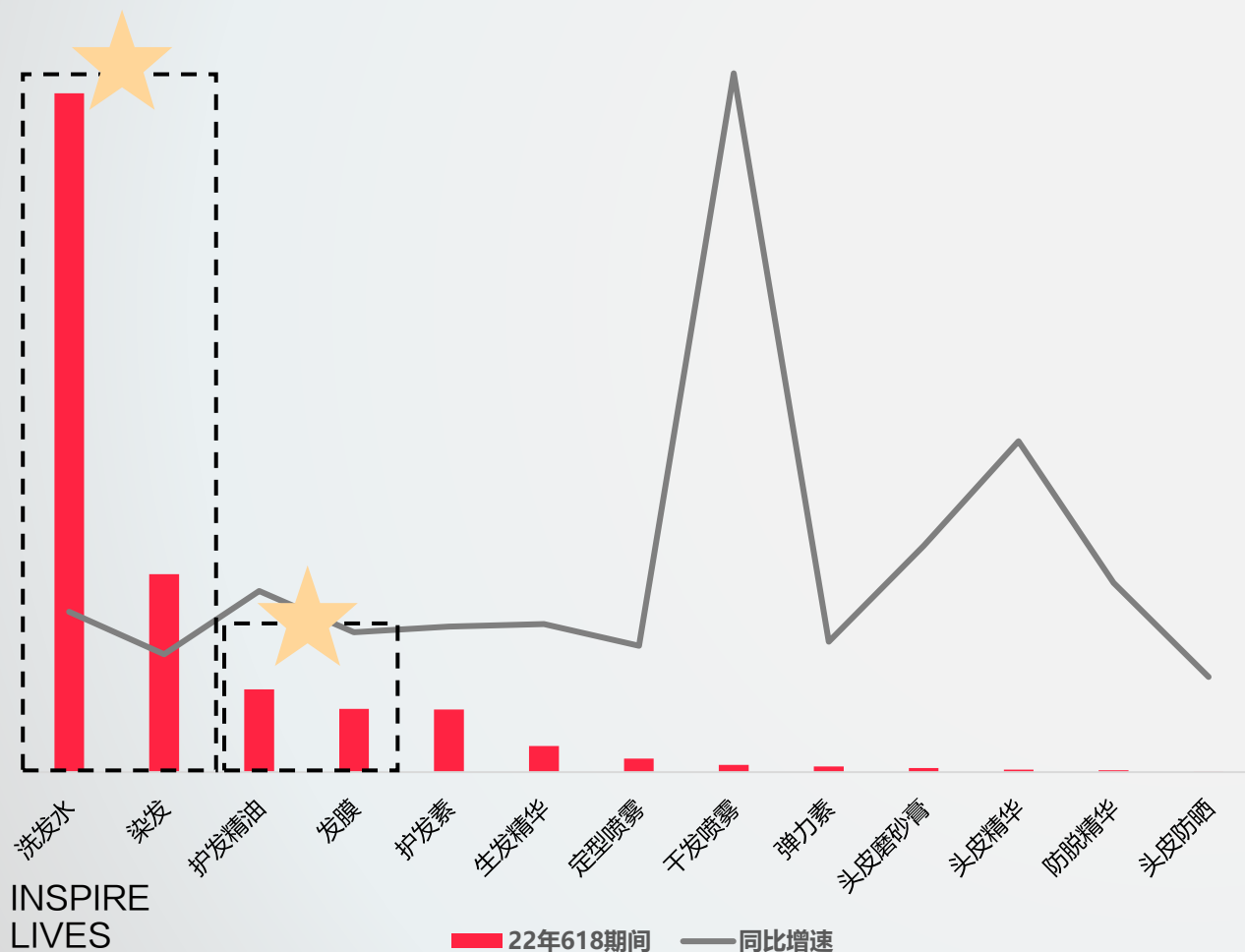
【玉兰】搜索环比+490%

【寺庙香】搜索环比+45%

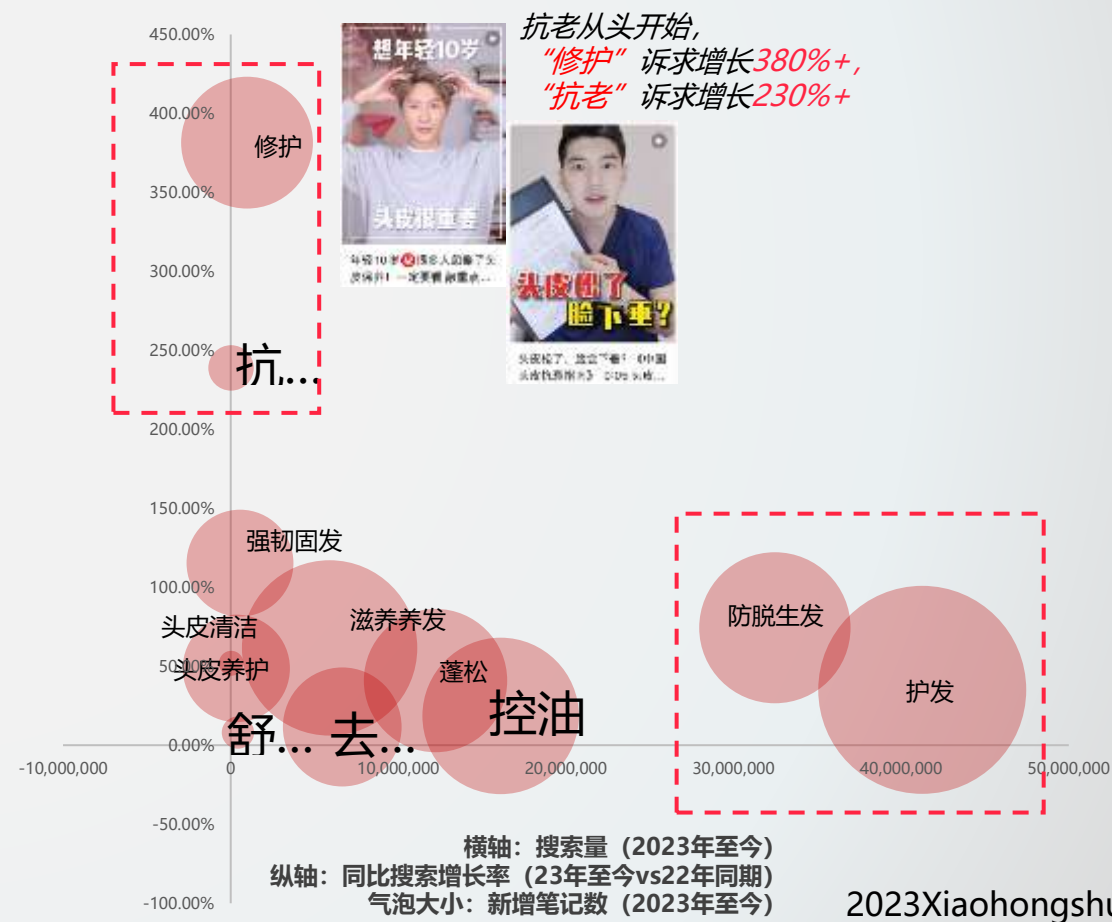
头发 品类细分趋势洞察-618

洗发/护发囤货心智强，干发喷雾/头皮精华爆发增长，修护/抗老成功效趋势

Y22 618期间头发细分品类搜索热度



防脱成第二大诉求，头皮修护/抗老进阶需求增速迅猛

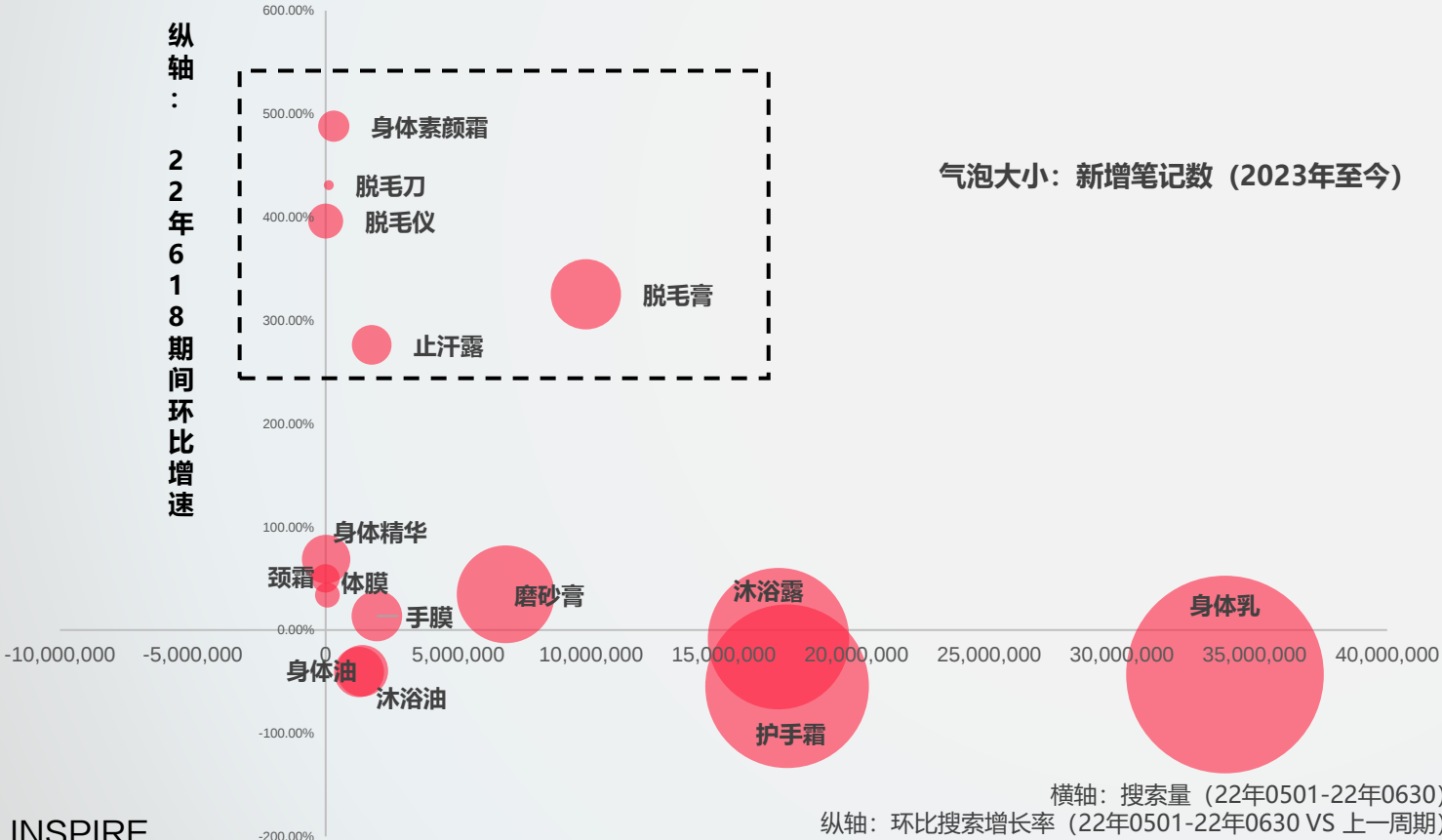


横轴: 搜索量 (2023年至今)
纵轴: 同比搜索增长率 (23年至今vs22年同期)
气泡大小: 新增笔记数 (2023年至今)

2023Xiaohongshu

油类产品大热，身体素颜霜/身体精华成爆红新品类

Y22 618期间 身体细分品类 热度分析



Y23 身体细分品类 搜索增长率

身体素颜霜	488%
身体精华	107%
身体油	85%
止汗露	65%
沐浴油	55%
体膜	53%
沐浴露	40%
身体乳	33%

数据说明：
23年至今身体细分品类搜索环比增长率
(20230101-20230423 vs 上一周期)

身体 品类细分趋势洞察-618

脱毛仪618大促集中购买心智突出，23年出行季脱毛热度涨势迅猛

Y22 618期间身体热搜品类词

22年至今“脱毛”相关搜索趋势

脱毛仪

+437%

脱毛膏

+35%

脱毛刀

+10%

沐浴露

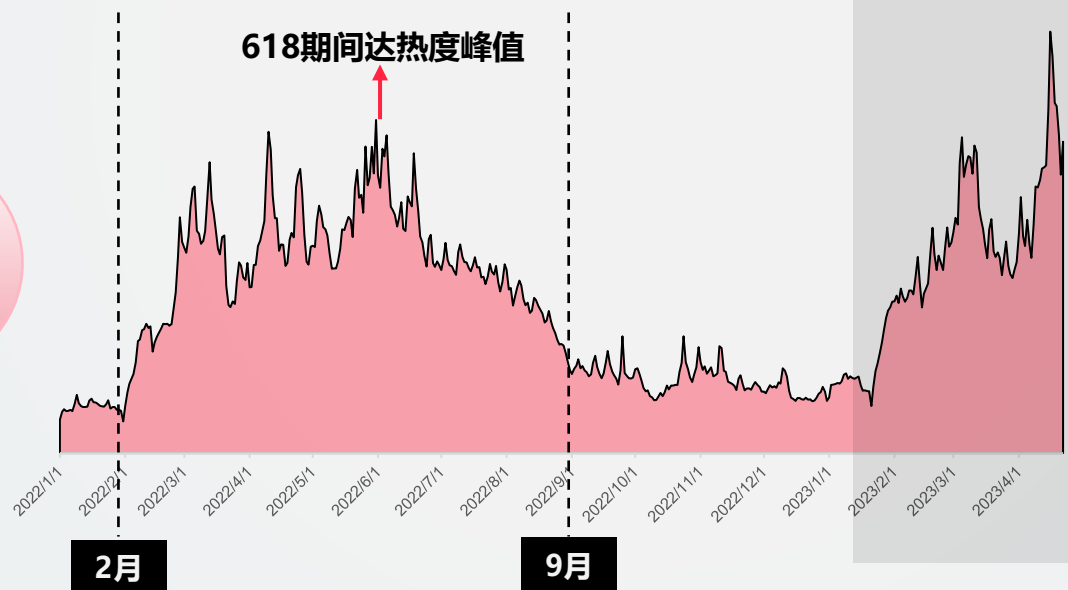
+5.5%

沐浴油

+4.7%

618期间达热度峰值

Y23脱毛搜索
同比增长50%+



脱毛仪大促攻略

350%相关笔记阅读增长

热门脱毛仪全线评测！入门必看...不花冤枉钱 夏天马上...



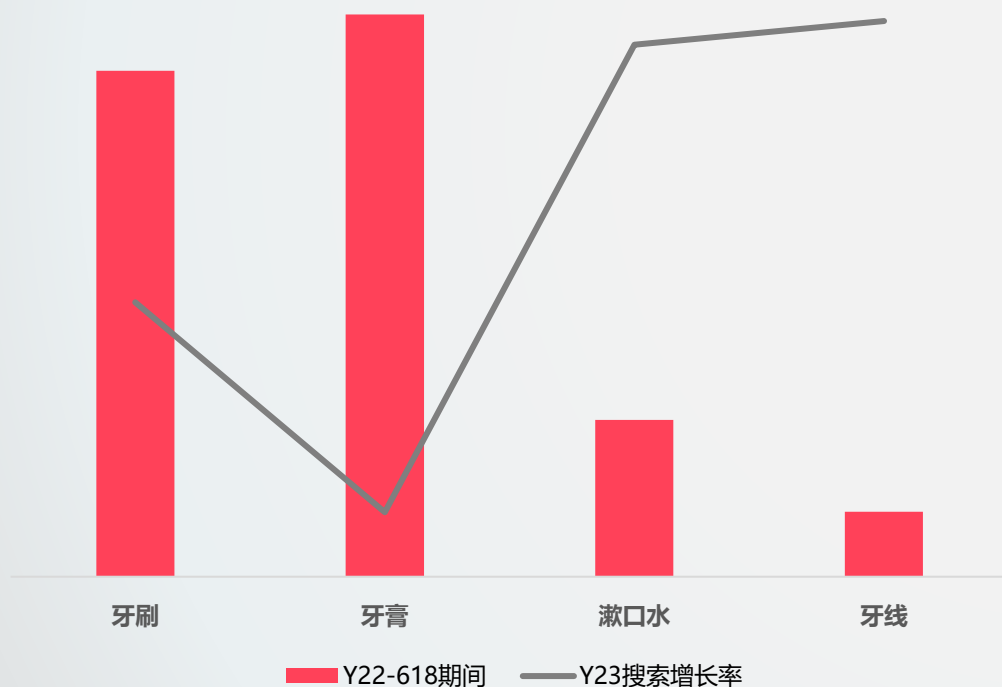
居家平价脱毛好物

135%相关笔记阅读增长

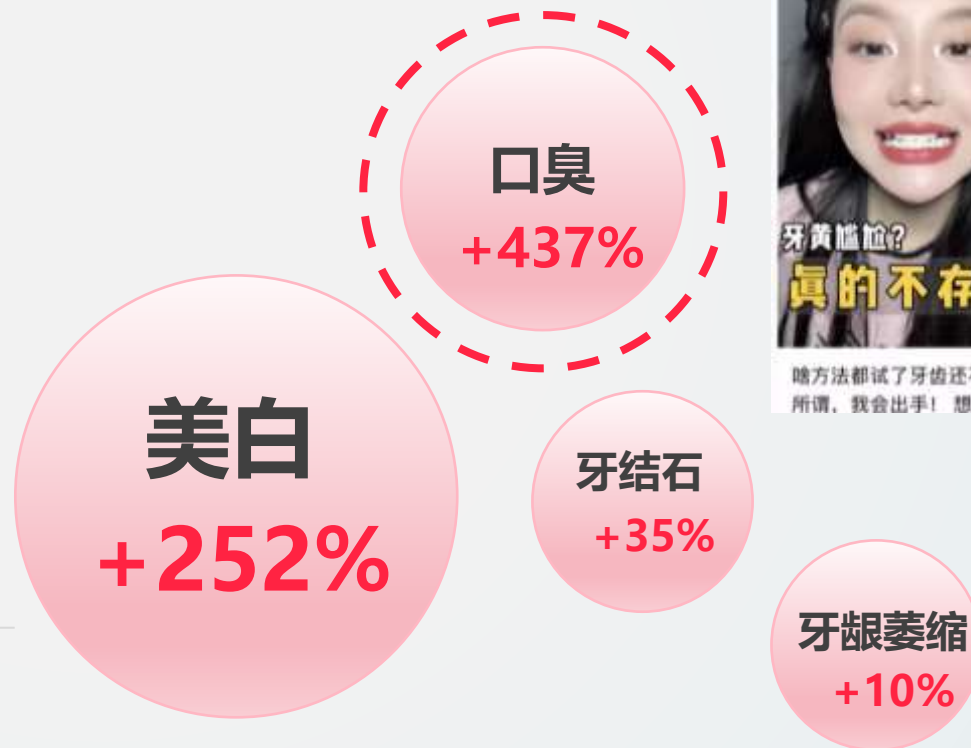
均价不到20的全身脱毛 谁说女生不能长腿毛？无广！低...

牙膏囤货心智最强，漱口水/牙线品类热度大涨，“去口臭”诉求on trend

近两年 618期间口腔护理TOP热搜产品热度

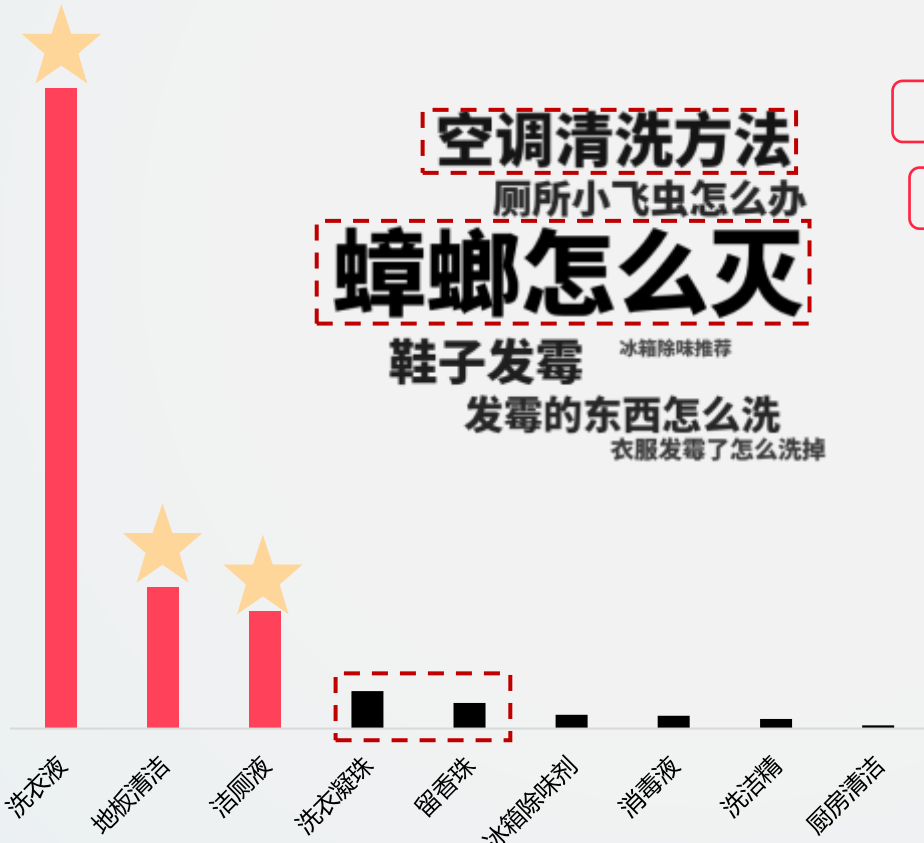


Y23口腔护理热门诉求搜索量&搜索增速



洗衣类囤货心智最强，家居清洁季节性诉求凸显，场景细分诉求成趋势

Y22 618期间家清热搜细分品类及热搜内容



Y23 家清类目下热门品类



SUMMARY

护肤

防晒搜索猛增⁺⁺

面膜强囤货⁺⁺

水乳/精华持续热搜⁺

卸妆膏等小品类突飞猛进⁺⁺

彩香

礼盒送礼心智极强⁺⁺

遮瑕修容等小品类增势迅猛⁺⁺

520心智需提前蓄水⁺⁺

个护
家清

洗发/护发/牙膏/洗衣品类囤货心智强⁺⁺

身体素颜霜/身体精华成爆红新品类⁺⁺

脱毛仪集中购买心智突出⁺⁺



PRAT3 乘风破浪 重磅IP项目加持

618美妆洗护行业重磅IP加持

蓄水期夯实产品力，大促期提升转化效率，联动卡位消费者大促心智



蓄水期 4.26-5.25

夯实产品力



大促期 5.25-6.18

提效转化率

百人功效测评

宝藏我来评

趋势功效渗透

流行黑话宝典

明星同款造势

星想事成计划

甄选送礼触达

520礼物情报站

小红书电商自闭环

618买买节

联动李佳琦淘宝直播间

李佳琦-所有女生的618

小红书全平台大促指南

618推荐清单

联动天猫618

618应该买什么

618美妆洗护行业IP营销示意

IP矩阵式构筑营销链路，从趋势build到卖点推荐，最终提效大促转化

蓄水期：强own品类主题，积攒口碑关联产品

大促期：绑定前序品类主题，高效转化心智



口碑蓄水

#宝藏我来评



Eg. 美白精华我来评

INSPIRE
LIVES

趋势蓄水

#流行黑话宝典



Eg. 新A醇自由

明星同款

#明星同款公开课

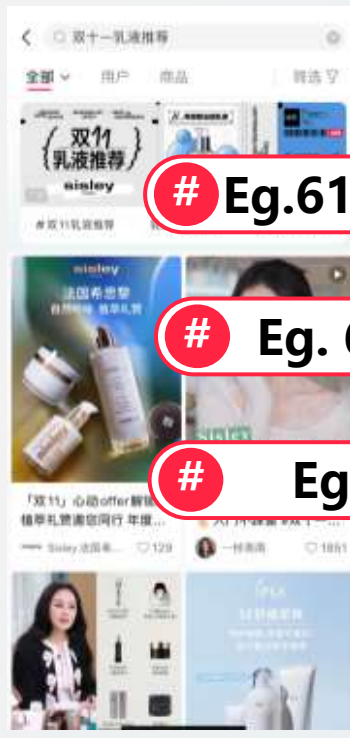


Eg. xxx同款



大促转化

#618推荐清单



Eg. 618美白精华推荐

Eg. 618新A醇推荐

Eg. Xxx买什么

#618买什么



重磅IP推荐

618买买买节

核心
亮点

- 1、小红书**社区X电商X商业化**三方资源推爆
- 2、汇集小红书最强**明星直播种草天团**，**专注转化效率**

入驻
小红书电商

开通小红书
小程序购买功能

适配
商家



IP推荐：小红书618买买节

首个小红书商业化X社区XIP，种草+站内电商，一站式618直播大促营销

最吸睛的主播天团矩阵

最大规模的全域派样

最强势的站内资源助推

全链路站内精准转化

明星主播天团成团，专属直播栏目种草



主播	粉丝数
@杨幂	281.5w
@杨幂	92.4w
@杨幂	118.7w
@杨幂	40.1w
@杨幂	42.1w
@杨幂	214.5w
@杨幂	8.3w
@杨幂	2.5w

达人主播团上线

最强官方薯矩阵直播预告



账号	粉丝数
@Akiiko	72w
@Nan nan	44w
@爱臭美的狗甜儿	210w
@甜甜妈阿曼达呀	218w

新品广场 一键试用



惊喜盒子 触发掉落



活动H5 阵地留资精准派



电商资源

站内引流资源



直播间 Landing Page

品牌官号 商品卡笔记 原生信息流

开屏 信息流

赛道核心搜索词触达

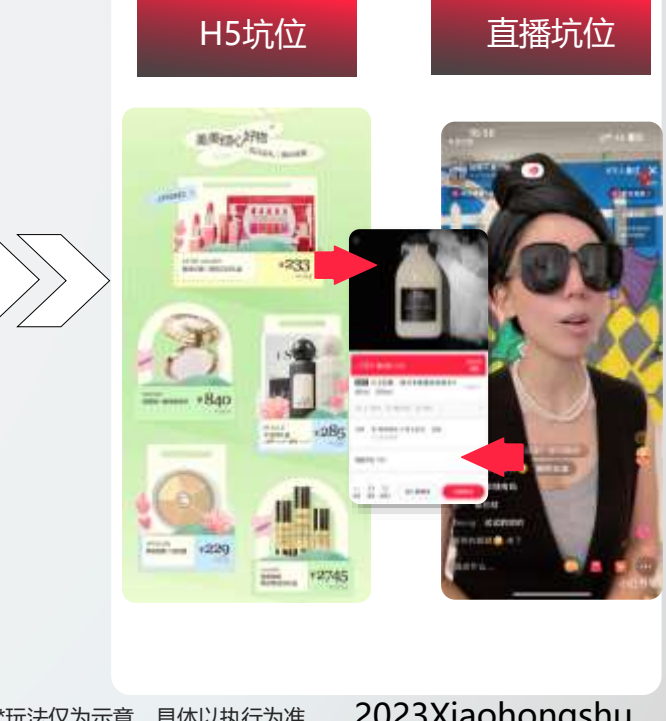
活动H5

onebox

火焰话题

H5坑位

直播坑位



重磅IP推荐

李佳琦所有女生的618

核心 亮点

- 1、全网**唯一李佳琦官方合作618营销IP**，李佳琦强背书种草
- 2、小红书全站李佳琦**搜索流量精准触达**，关注值拉满
- 3、首次心愿池线下活动落地，李佳琦主播天团线下快闪

进入李佳琦
直播间品牌

适配
商家



IP推荐：李佳琦所有女生的618

助力品牌全方位实现 派样体验、好物种草，售卖闭环、口碑发酵

试用种草 先试后买

Step1 试用小样先行派发

搜索「李佳琦」「李佳琦直播间」「李佳琦618」等热词触发品牌福利

用户收到品牌好物试用
沉淀品牌种草



线上线下 打通许愿

Step2 心愿池3.0

5/15-5/27 线上许愿



5/20-5/27 线下许愿

预约购买 丝滑闭环

Step3 超级预告触达兴趣用户

超级搜索：「李佳琦」「李佳琦直播」等超强热词直达

超强自然流量
助力活动阵地流量登顶

李佳琦618

李佳琦

李佳琦直播间

李佳琦直播清单

MORE...



许愿返场 双向奔赴

Step4 许愿返场&还愿大事件

品牌接力还愿...

品牌1

选TA还愿

品牌2

选TA还愿

品牌3

选TA还愿

李佳琦盲捞大事件视频*1

李佳琦盲捞心愿池的用户笔记
并喊话品牌来参与还愿!

*李佳琦玩法时间节奏仅为示意，具体以执行为准

2023xiaohongshu

重磅IP推荐

618推荐清单

核心 亮点

- 1、为品牌**快速抢占618品类搜索心智**
- 2、为品牌打造全平台的购物、促销指南和产品种草攻略

全行业商家
(每个细分类目仅入选/合作一个品牌)

**适配
商家**



IP推荐：618推荐清单

「618推荐清单」帮助品牌在大促节点own住三大场域，占领流量高地

搜索场

承接消费者品类搜索

用户品类搜索行为

搜索“618xx推荐”

618乳液推荐

618面膜推荐

618抗老推荐

618美白推荐

占品类打买点



攻略场

赋能消费者平台背书

官方推荐清单

官方推荐官



品牌场

输出品牌种草心智



重磅IP推荐

618应该买什么

核心 亮点

- 1、**唯一联动天猫618营销IP**，买小红书资源配送天猫618黄金流量
- 2、小红书+天猫 618应该买什么会场同步上线，双平台联动助力成交

以天猫为618成交重点的
全行业品牌商家

适配
商家



IP推荐：618应该买什么

小红书品牌定制会场+天猫会场转化，618种草价值外溢，营销4.0升级

趋势内容种草

品牌种草专场，以趋势带产品

百人大测评

专家背书+百人众测引口碑发酵

双阵地黄金流量

小红书
618应该买什么

IP心智透传 激发#618应该买什么social buzz

专家测评背书+KOL众测+自来水测评接力



趋势种草

有奖任务

定制H5/话题页



自来水测评接力

双会场互动：小红书

火焰话题

开屏

信息流

专属话题

H5阵地

KOL内容

UGC二传

线上爆发 | 618应该买什么



活动主H5

品牌H5

双会场互动：天猫

站外过亿量级
世界华流强势传播入淘

站内开屏、我淘banner、push、首猜资源，全域氛围及引流互动/会场

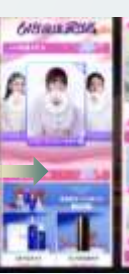
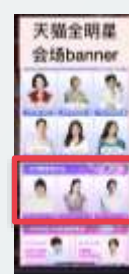
手淘搜索词直达



天猫全明星会场

天猫全明星会场

商品详情页



*天猫资源仅为示意，具体以执行为准

2023Xiaohongshu



「明月共潮生」

——美妆洗护行业618投放指南

分享人：雷丘 小红书商业美奢洗护行业群运营总监

小红书

美奢洗护业务部

2023.04

让好产品与用户，不止一次相遇

浏览场

搜索场

触发搜索行为



想学习下晚间护肤流程，看看

浏览发现护肤场景



原来是它，想买！

触发相关内容信息流推送



干皮精华适合我，搜下看看

搜索“护肤”关键词

搜索“干皮精华”
阅读内容

这个品牌好棒，再搜搜~



搜索“品牌”
了解产品

口碑不错，记下了！



2023Xiaohongshu

高效种草：内容X投流组合投放策略

KOL

蒲公英平台
达人合作笔记

搭建内容
体系核心



FEEDS

信息流发现页
广告位6+10n

科学测试
笔记曝光



SEARCH

搜索结果页
广告位3+10n

抢占赛道
影响心智



信息流：五大人群精准定向，助力品牌目标人群圈层渗透

品牌人群

- 品牌粉丝人群
- 一方人群：上传站外购买人群

行业人群

- 行业阅读兴趣人群
- 行业购物兴趣人群

高意向人群

- 定向圈选搜索/互动/阅读过相关关键词的用户

特色人群

- 小红书平台精选的特色人群

节促人群

- 大促、节日活跃的人群助力交易转化

定向方式



Retargeting
【品牌人群】

DMP品牌人群包

高级定向 高潜笔记推荐人群已生成

蒲公英人群

人群包

定向方式



定向
【美妆人群】

高级定向-行业兴趣

平台推荐 行业兴趣 关键词

行业兴趣 行业兴趣

一级兴趣

二级兴趣

三级兴趣

定向方式



定向
【搜过相关品类词人群】

高级定向-关键词

行业兴趣 关键词 人群包

行业兴趣 关键词

行业兴趣 关键词

行业兴趣 关键词

行业兴趣 关键词

定向方式



定向
【奢美人群】
【医美人群】

高级定向-平台特色人群

平台特色 行业兴趣 关键词 人群包

平台特色 行业兴趣 关键词

平台特色 行业兴趣 关键词

平台特色 行业兴趣 关键词

平台特色 行业兴趣 关键词

定向方式



定向
【价敏囤货人群】
【电商直播人群】

高级定向-节促人群

平台特色 行业兴趣 关键词 人群包

平台特色 行业兴趣 关键词

平台特色 行业兴趣 关键词

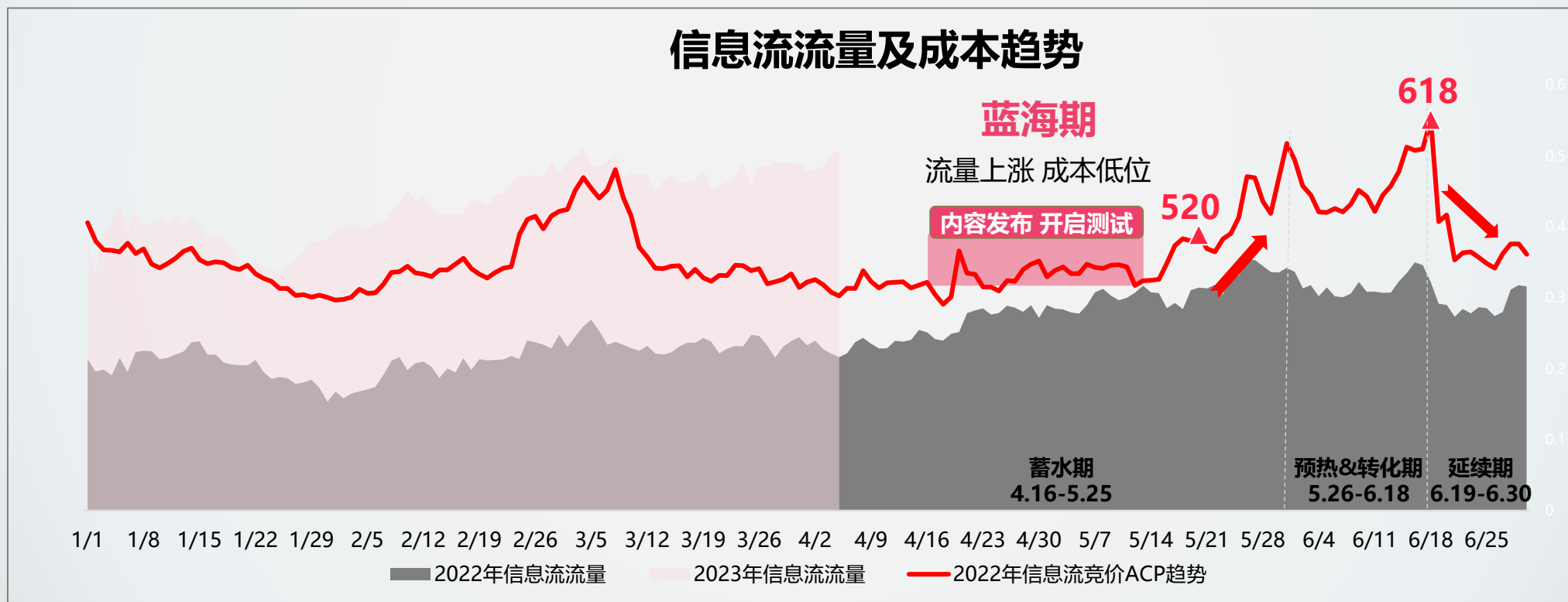
平台特色 行业兴趣 关键词

平台特色 行业兴趣 关键词

信息流趋势前瞻：4月中流量上涨 前置蓄水开启内容测试 抢占蓝海期

流量

预估2023年618期同比+150%



搜索：攻守兼备，精准高效影响用户决策

品 牌 防 守

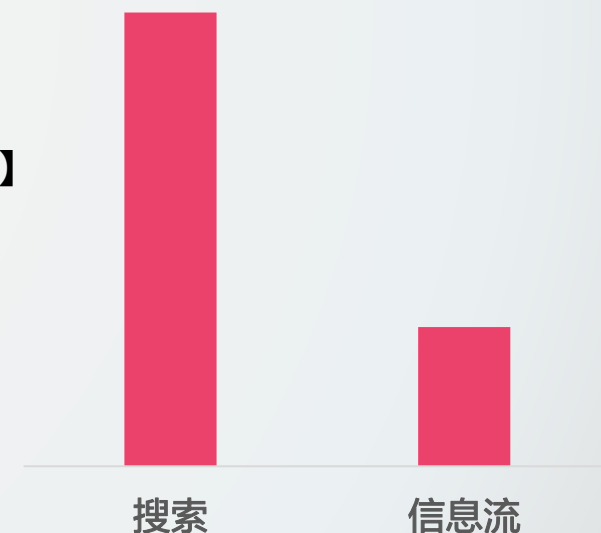
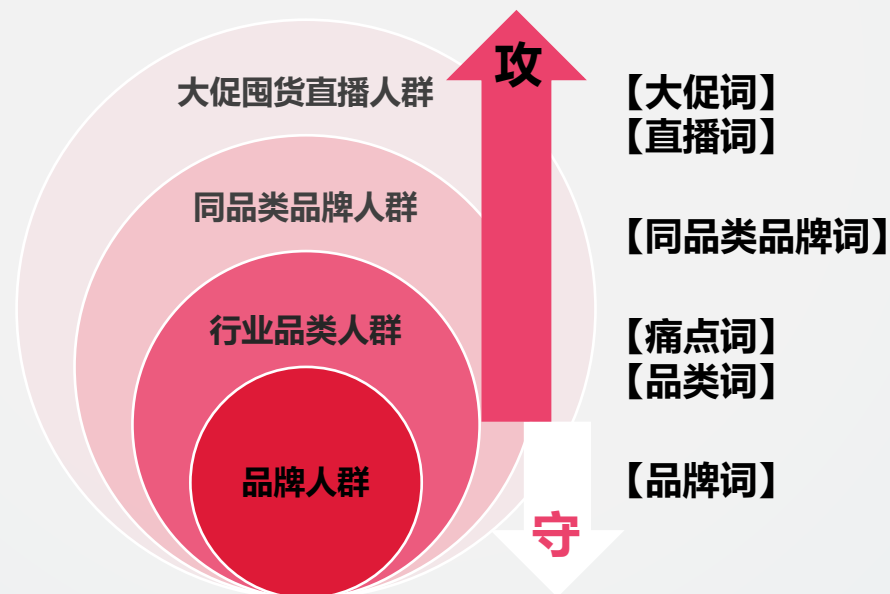
建立品牌护城河
维护品牌声誉 防止同类品抢占

人 群 拓 圈

攻守兼备
精准触达用户

决 策 影 响

用户主动检索 消费意愿更为
强烈 转化率更高



618搜索词建议：日常投放词类&词量扩充，618相关词加投

竞价搜索词类

关键词举例

大促作业向内容

大促优惠/直播预告评论区 优惠机制内容引导

大促必买/囤货攻略

大促词
618/直播/囤货

- 618大促/618活动
- 直播间预告
- 主播词（如李佳琦）

品类词/需求词

- 精华/精华推荐
- 口红/口红热门色号
- 早c晚a/法令纹

同品类词

- XX精华
- XX粉底液
- XX618活动

品牌词

- XX面霜
- XX口红
- XX618活动

618人群新增

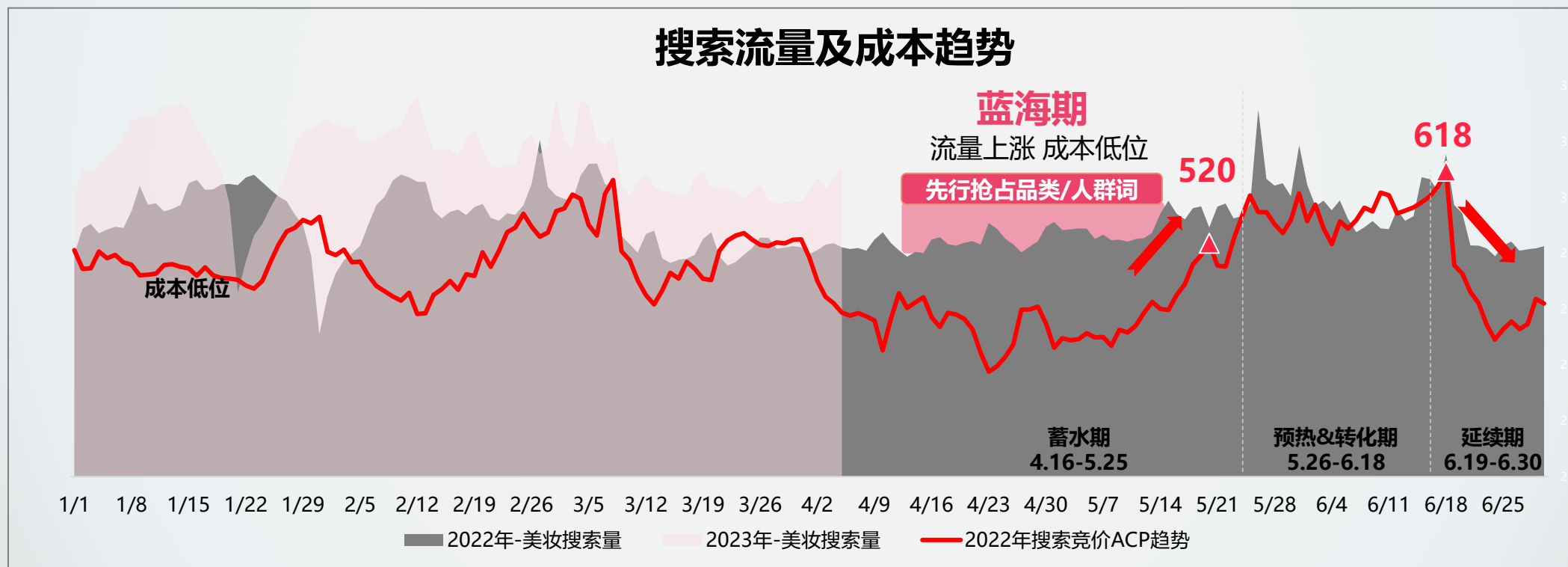
日常投放词类&词量扩充



搜索趋势前瞻：4月中起搜索上涨 前置抢占行业心智

流量

预估2023年618期同比+55%



一键定向618大促人群，助力品牌快速锚定目标人群

- 618关键词词包：包含618大促+直播相关关键词，精准匹配用户需求
- 618人群包：精选618相关内容兴趣人群，锁定大促意向用户

618大促关键词词包

聚光-关键词规划工具



小红书聚光平台-投放工具
选择【关键词规划工具】
选择【行业推词】-类目【美妆个护-场景-618大促】

618大促人群包

聚光-DMP



小红书聚光平台-新建单元
筛选【高级定向】-选择【人群包】-【618大促人群】

高效种草公式 激发品牌向新力



长线种草 外修内练 声誉管理

前置蓄水抢占日常流量，长线种草突破单品瓶颈



抢占**日常流量**
放大红利

前置蓄水
大促更聚焦

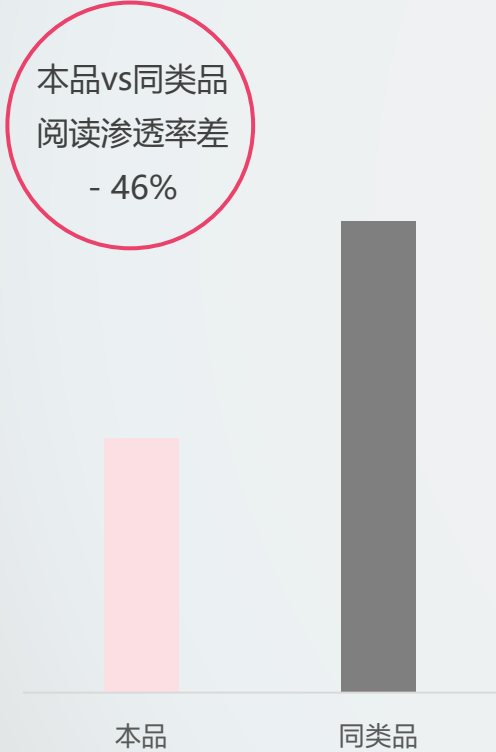
长线种草
单品热度拉高

前置蓄水抢占日常流量，长线种草突破单品瓶颈

小赛道渗透不足 大赛道品牌声量较低

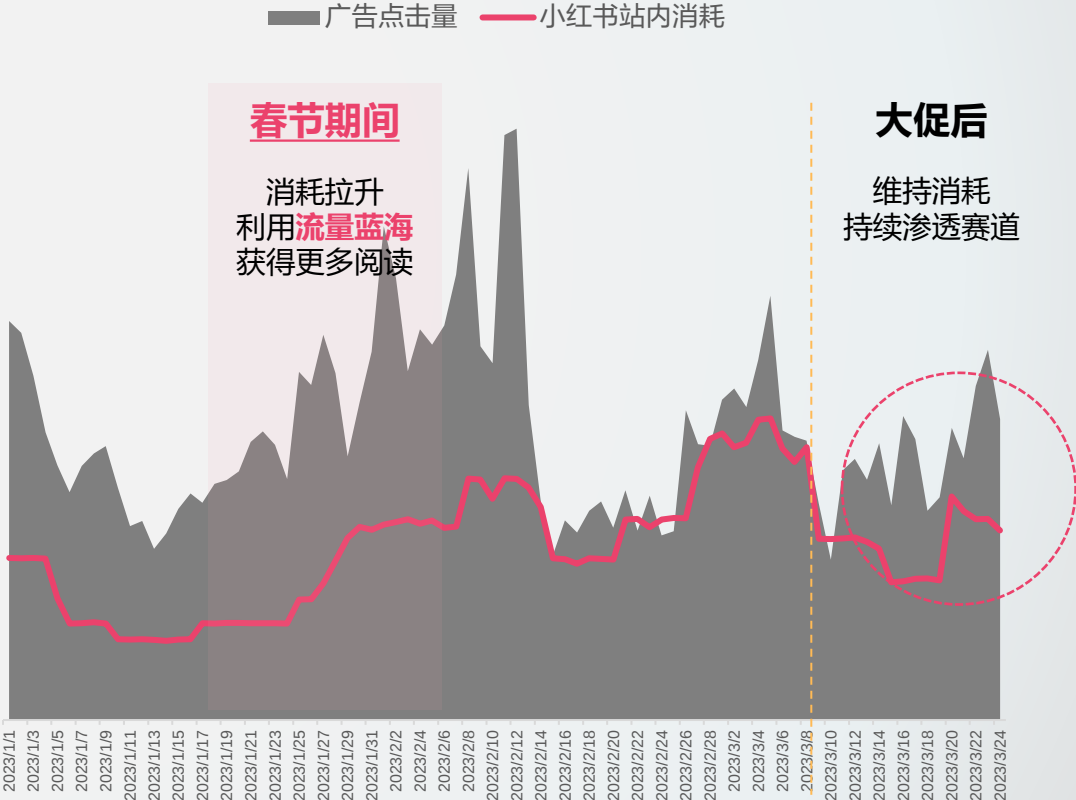
面罩仪阅读渗透率和同类品差距较大

美容仪赛道搜索排名偏低



RANK	品牌
1	觅*美容仪
2	宙*美容仪
3	雅*美容仪
4	初*美容仪
5	极*美容仪
	...
100+	本品美容仪

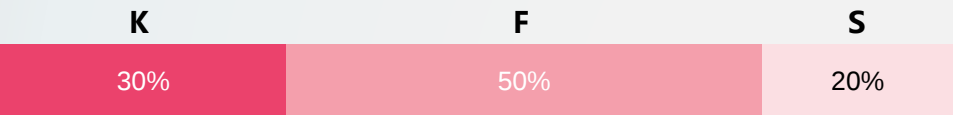
大促前置蓄水 抢占流量蓝海



前置蓄水抢占日常流量，长线种草突破单品瓶颈

平销期

平销期渗透品类人群，持续提高品类曝光



笔记围绕【懒人美容】持续沟通

品牌人群

科施佳搜索人群

行业人群

美容仪/面罩仪品类人群
同类品搜索人群

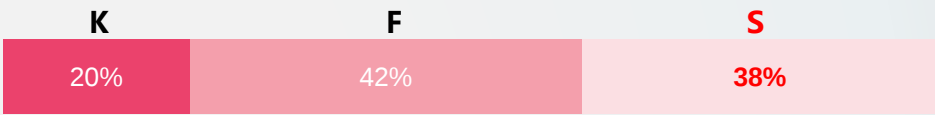
功效人群

美白、祛痘功效需求人群



大促期

大促期加投重定向人群及特色人群，提高搜索承接，高效转化



【大促热榜】【明星口碑】带动品牌转化

重定向人群

前期已曝光用户

博主粉丝

明星博主粉丝定向

特色人群

购物转化/大促敏感人群



前置蓄水抢占日常流量，长线种草突破单品瓶颈

面罩赛道心智建立 长效种草提高美容仪品类声量

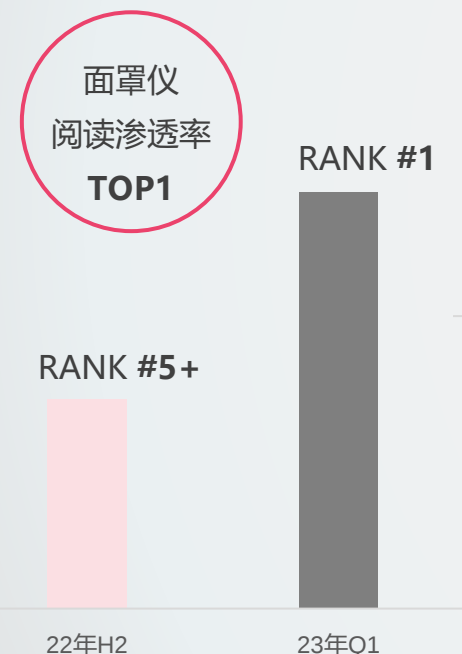
品牌站外生意爆发

面罩仪细分赛道心智超越同类品

美容仪大赛道心智跃升明显

小红书投放带动淘宝搜索增长

单品登录天猫榜单



23年1-3月
天猫成交金额
同比+387%

小红书「内外双向循环」 投放+转化一体策略,为品牌持续正向赋能

站内交易
闭环



优质
种草



种草价值
外溢

直播| 蒲公英 | ARK | 全站智投

对产品和品牌的价值反哺

内容X投流组合投放策略

对产品和品牌的真种草

站外直播种草 ⇌ 站内助力转化

与品牌良性共生的未来

站内直播：期间分阶段精细化运营，声量生意双引爆



直播前(2周)

直播时(当天)

直播后(2周)

种草蓄水

明星带风

明星直播

造势引流

商销转化

晒草拆箱

声誉管理



小红书博主笔记种草 明星笔记种草

全域资源加持站内引爆

搜索攻守兼备

搜索攻防

搜索抢占核心词汇

品牌/品类/功效/场景

增加直播词/明星词/惊喜盒子触发词
强势占位实时监测保证流量100%承接

品牌/品类/功效/场景/口碑词

信息流精准扩散 信息传递

信息流细分内容 重复触达

品牌人群/声誉人群精准触达

行业人群/高意向人群（品类互动）/小红书特色人群（奢美/尝新/熬夜）

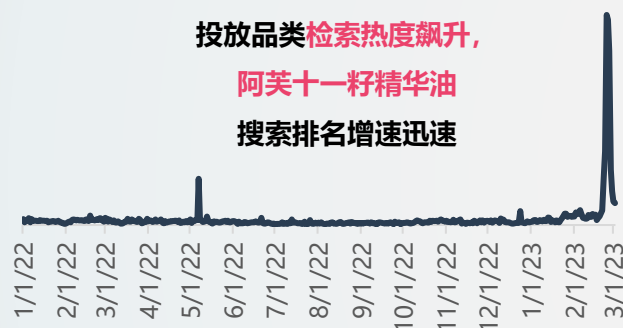
节促人群（电商美妆类目人群/价格敏感人群/大促偏好人群）、电商直播人群、明星粉丝人群、品牌人群

Retargeting追投

品牌声誉人群

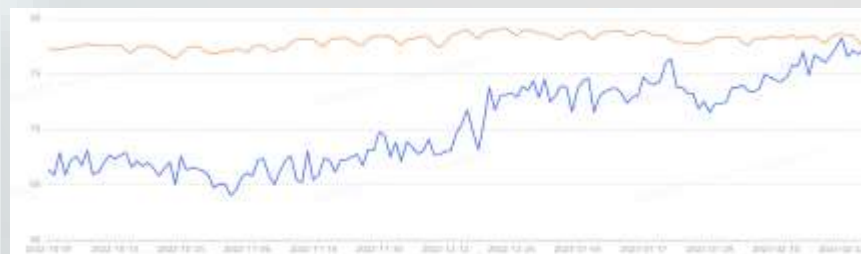
站内直播：期间分阶段精细化运营，声量生意双引爆

声量飙升同时 品牌口碑迅速提升



品牌搜索提升
+800%+

阿芙品牌NPS迅速提升



站内活动热度 带动天猫生意突破



聚光「商品销量」产品功能焕新升级，助力生意增长

扩流量

全新引入「视频流」
流量场域



流量空间更广，转化链路
更短，转化效率更高

稳出价

新增以「ROI」为目
标的出价能力



提升跑量能力的同时，
保障ROI的稳定性

准定向

新增将商品投放至已
被种草的人群的能力

行业种草人群

在小红书上对与品牌
相同行业的产品种草的人群

本品牌种草人群

在小红书上对
品牌种草的人群

实现将种草人群深度
促转化的目的

扩流量：搜索+信息流+视频流多场域影响用户决策



扩流量：引入以「视频流」为场域流量类型

视频流优势亮点

直观更生动

视频素材能够生动的展现产品外观、功能，促进对用户的种草转化

流量池扩充

视频流是全新的投放场景，区别于信息流与搜索，能探索到全新的流量池

转化效率高

视频流转化链路更短，提高转化效率；测试期视频流ROI比信息流增长60%



双列中点击视频笔记 → 进入视频流 → 上下滑动视频 → 刷到视频流推广

视频流功能一览

功能入口

推广计划
营销诉求
计划基本信息
目标和出价方式
计划预算
推广单元
清洗完成或结束
创意

新建广告 → 营销诉求-商品销量 → 计划基本信息 → 广告类型-视频流推广

营销诉求
转化 - 商品销量

计划基本信息
计划名称
广告类型
推广标的类型

计划名称: 请输入您的计划名称

广告类型: 全站智投, 搜索推广, 信息流推广, **视频流推广**

推广标的类型: 笔记

广告点位 从推荐页点任意视频笔记，进入到的上下滑视频页面

广告位次 7+10N

广告数据 【观看视频5s】算一个点击，【曝光1次】算1个展现，【互动指标】与信息流、搜索、全站智投保持一致

稳出价：新增以「ROI」为目标的出价能力

ROI出价优势亮点

目标达成率高

产品直接优化ROI，测试期ROI达标率高达86%，且持续保障ROI稳定

投放效果提升

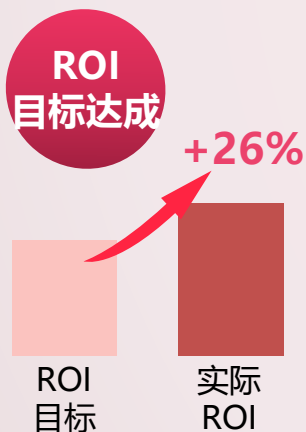
在保障ROI稳定的同时，更大可能触达促转化用户，大幅提升GMV

计划管理成本低

客户只需要ROI即可，不需要因为多商品投放而频繁更改商品成本出价

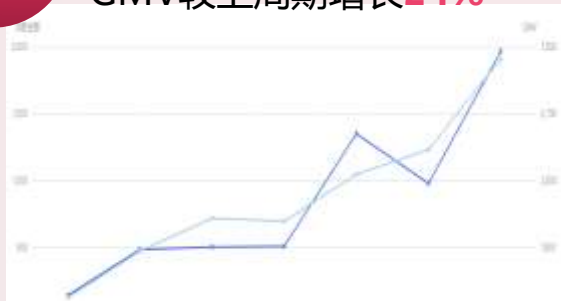
*某新锐运动品牌客户，在ARK测试「ROI出价」的效果

在ROI持续稳定的前提下，有效的提高推广跑量的能力



跑量情况

总笔记阅读数增长**42.3%**
进店数增长**32%**
GMV较上周期增长**24%**



ROI出价投放策略

STEP1

明确诉求，确定成本控制方式

ROI出价下，快速跑量选“自动控制”，控制成本选“ROI控制”

STEP2

合理设置目标ROI

若无历史ROI，参考“建议ROI目标”，多计划阶梯出价，探索最优方案
若有历史ROI，初期设置为历史ROI的0.8倍，后期逐步提至历史水平

STEP3

计划基建配比合理

建议ROI出价计划占账户内总计划数的40%以上，后期增至80%+

STEP4

给计划充足预算与时间

预算至少为商品成交成本*30

探索期（3-7天）尽可能少修改/关停计划

1-3天内ROI波动为正常现象，若7天后仍不合预期可关闭计划
符合条件的计划平台会返款。

准定向：新增以「种草」为类型的定向能力

聚光商品销量下的定向能力全面升级

「高级定向」
新增“已种草
人群”

新增“本品牌种草人群”
和“行业种草人群”



「智能定向」
能力升级

电商场景种草人群智能定向

行业种草人群

在小红书上对与品牌
相同行业的产品种草的人群

本品牌种草人群

在小红书上对
品牌种草的人群

站外直播：站内加强投放，转化意向人群精准触达

直播前(3周)

直播时(当天)

直播后(1个月)

细分场景 内容赛马

搜推布局完善 投放加强

优质内容热度维持及声誉维护

多场景/内容打造

熬夜、素颜、追剧、囤货

品牌人群

逐篇笔记放量测试



行业人群

潜在人群

*直播人群

CPC, CPE优选笔记

35%

65%

搜索

信息流

搜索

米蓓尔/蓝绷带...
+米蓓尔直播

去黄面膜/熬夜面膜
+面膜囤货

熬夜/脸色黄...

+李佳琦
+李家琦直播

信息流

品牌搜索阅读人群

面膜品类阅读人群
+电商行为人群

熬夜人群/功效人群
+价格敏感人群
+尝新人群

+电商直播人群
+李佳琦粉丝人群
直播笔记曝光人群重定向

70% (+35pts)

30%

搜索

信息流

开箱笔记: Re-Targeting/品牌搜索人群

李佳琦笔记: 粉丝人群/直播间兴趣人群

产品口碑笔记: 尝新人群/电商行为人群



50%

50%

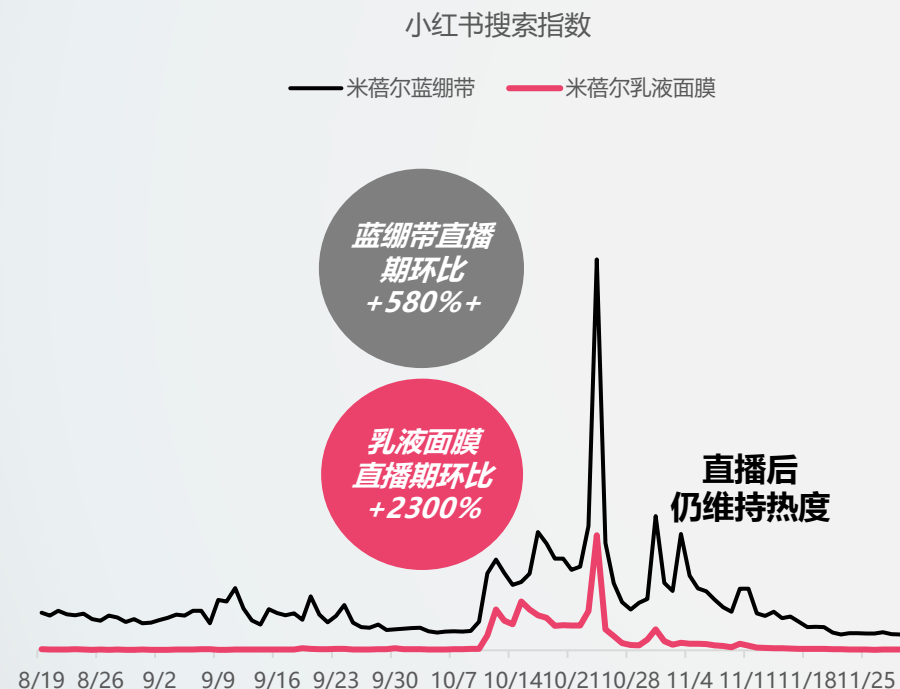
搜索

信息流



站外直播：站内加强投放，转化意向人群精准触达

单品搜索热度快速攀升 直播后热度维持



单品冲刺品类TOP3 生意大幅提升

大促期乳液面膜成为贴片面膜 Top 1
蓝绷带成为涂抹面膜 Top 1

贴片面膜
TOP1



大促期间爆卖120W件+

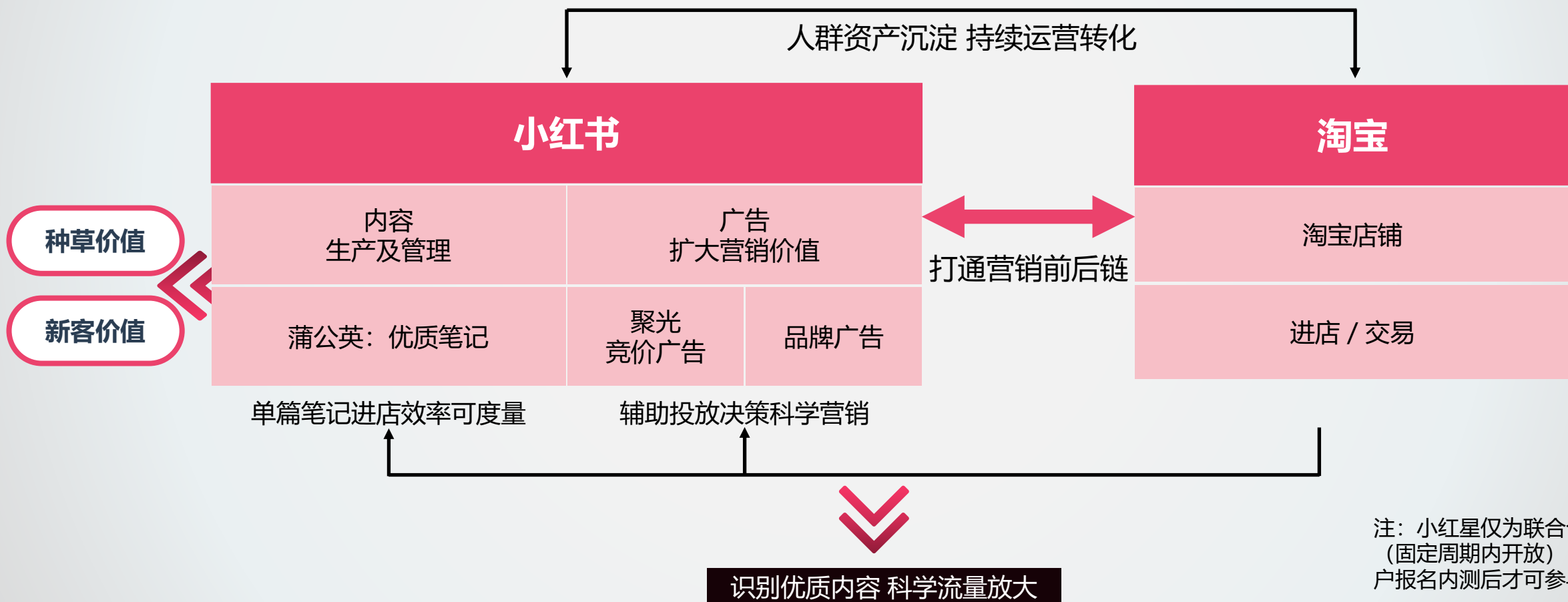
涂抹面膜
TOP1



大促期间爆卖60W罐+

小红星：电商平台战略合作，打通站外闭环验证

助力品牌商家实现营销前后链路打通，完善营销效果的评估体系



注：小红星仅为联合合作专项（固定周期内开放），需要客户报名内测后才可参与。

蓄水期

素材测试 蓄水预热

冲刺期

抢占赛道 心智影响

大促后

声誉关注 口碑维护

营销目标

内容策略

大促攻略笔记



品类心智



使用反馈 口碑类笔记



大促期结合笔记CTR及进店率优选笔记，利用投流充分放大

投流策略

搜索

搜索攻守兼备
品牌/品类/功效/场景

大促词/博主词

品牌词持续守护影响

信息流

大促/电商/价格敏感人群

Re-targeting重复触达

一方人群精准触达

预算建议

搜索：信息流

30%

70%

搜索：信息流

70%

30%

搜索：信息流

40%

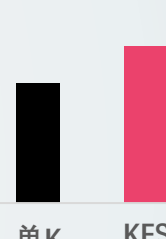
60%

组合长期投放效能验证

进店成本

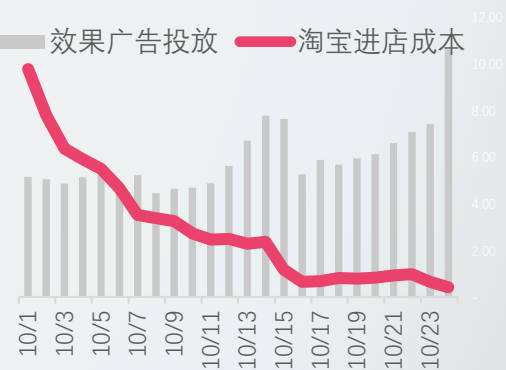


进店率



■ 效果广告投放

● 淘宝讲店成本



声誉管理：长线管理产品声誉，正面内容持续引导



声誉原因

拆解定位

快速响应

内容产出

人群细分

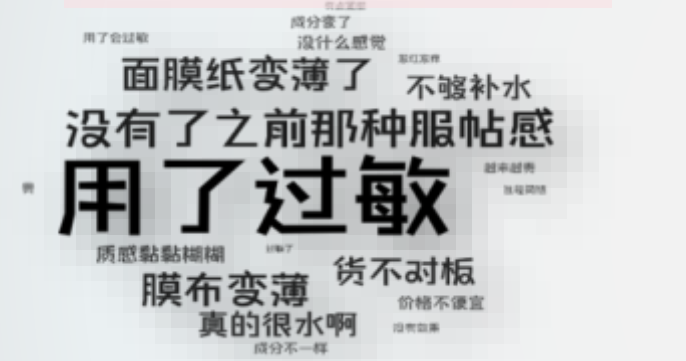
精准回应

声誉管理：长线管理产品声誉，正面内容持续引导

声誉定性|本因追溯，状况评估

快速响应|信息流&搜索双管齐下

新旧版本更替 用户突发声誉



品牌词下游词声誉词浓度较高

搜索词	下游词
xx冻干面膜	xx面膜投诉 xx面膜过敏 xx面膜维权 xx面膜退货

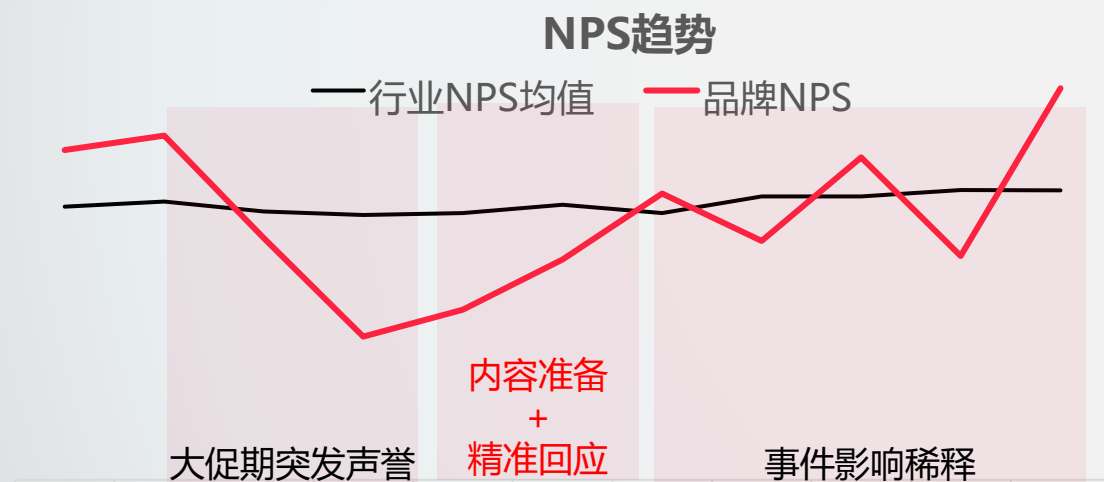
	面膜纸问题	不够补水
1 问题定位 产出内容	面膜纸科技呈现 	补水效果呈现 
2 细分人群 精准定向	搜索定向 内容定向 SPU声誉管理目标人群	搜索定向 内容定向 SPU声誉管理目标人群
3 细分人群推送，扭转人群心智	面膜纸变薄/冻干面膜退货 新旧款/面膜纸问题内容阅读 √	面膜踩雷 不够补水等内容阅读 √

声誉管理：长线管理产品声誉，正面内容持续引导

局面扭转|控制声誉，稀释事件影响

监测-诊断-优化，一站式解决方案应对品牌声誉

突发声誉到 事件平息 2周高效扭转



监测

设置声誉安全线
后台实时监测

诊断

SPU颗粒度NPS诊断
层层下钻分析

优化

搜推联动
高效扭转

一站式声誉管理

B

【品专】首位霸屏
增强品牌力背书

建立品牌私域阵地

➤ 官方信息前置

官方信息主动引导
减少二跳流失直接看到
“小官网”

➤ 品牌形象树立

首屏固定置顶
官方引导正面声誉
品牌形象增强信任

➤ 私域转化收口

品牌加粉
商业话题、H5引流
店铺、小程序转化



F

优质内容铺设
声誉人群触达

基于投放目的拆解投放动作

Feeds

快速 优质内容打造对冲

➤ 声誉人群定向

搜索/互动行为定向
DMP人群定向
...

➤ 声量覆盖度

点击率CTR
互动率
内容阅读渗透率

S

抢占心智
注意转移

Search

搜索卡位注意力转移

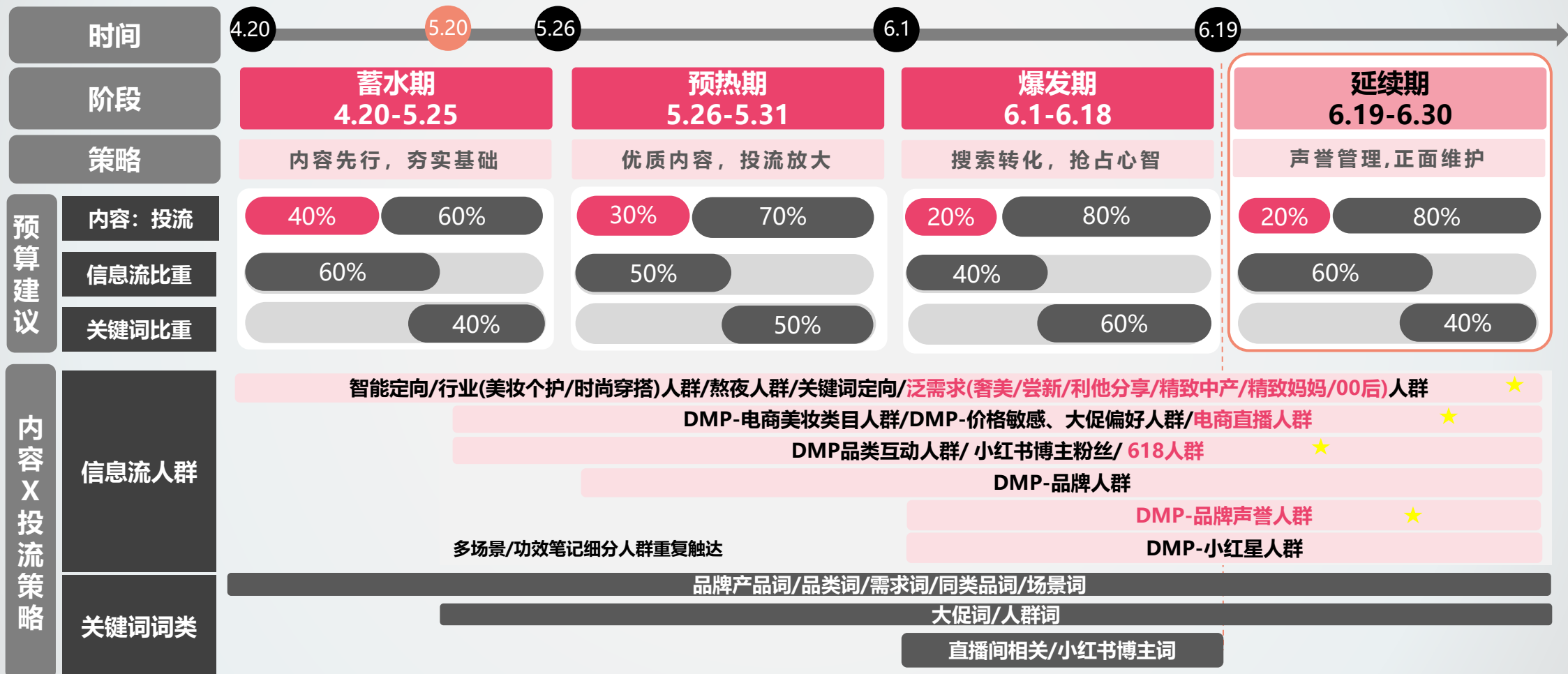
➤ 全面覆盖不同类型消费者

拆分消费者层级
拆分搜索行为
拆分搜索策略

➤ 影响用户决策心智

重点词SOV
下游词排名
点击率CTR

蓄力618，分阶段实现高效种草





THANKS

小红书美妆洗护行业

小红书

美奢洗护业务部

2023.04