小红书 电商学习中心

生活方式电商
让好生意「播」出来

Live Stream Partner Summit 2024

在小红书做好经营，必须掌握3大路径

直播间

打造小红书
社区里的线上店

号播一体

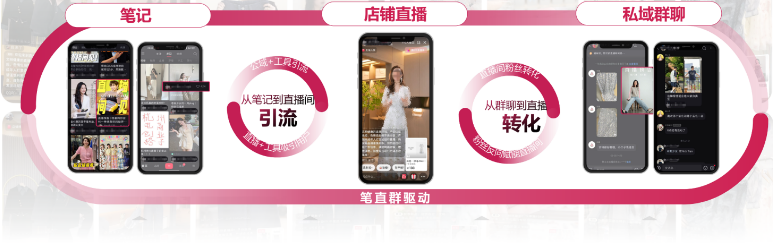
让用户认识你
关注你、记住你

群聊

经营长期生意
的确定性

2024 XIAOHONGSHU

用户从发现到购买的闭环链路
是用户直观感受生活方式的“窗口”



在小红书做好一场直播的底层逻辑

直播时长 × **直播封面点击率** × **直播间互动率** × **直播间停留时长** × **购买转化率**

直播时长：不低于3小时

直播封面点击率：不低于2.5%

直播间互动率：不低于2%

直播间停留时长：不低于3分钟

购买转化率：新客转化越多
此项指标帮助越大

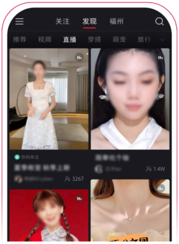
2024 XIAOHONGSHU

小红书店铺直播3个高进房的直播入口

01 普通笔记呼吸灯

02 双列直播卡

03 群聊内直播入口



进入店铺
直播
miu里miu气的直播专场
有人@你
05:48
超低价专场
一折捡漏
预约直播点击左下角

有4.500💰是下不来的哈

直播预告 丽雪CC皮草地板价返季秒杀

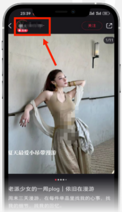
笔记呼吸灯 双列直播卡 群聊内直播入口

小红书 电商学习中心

01 了解小红书“呼吸灯”

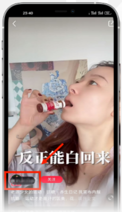
小红书呼吸灯作为三大流量入口之一，占据 **25%** 以上的流量输入

● 图文笔记中



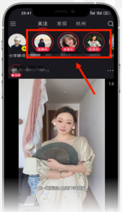
点击进入笔记后，
在笔记右上方会看到开播呼吸灯

● 视频笔记中



点击进入视频笔记后，
在主播头像位置展示呼吸灯

● 关注列中



在个人关注列，
会看到关注开播主播的呼吸灯

02 提升笔记质量，让用户“看到你”

笔记质量提升前后，用户对笔记的点击率约上涨 **2-10**倍

○ “笔记的第一感觉至关重要”

- **笔记封面：清晰干净有氛围**

封面要清晰、固定比例、有氛围感、干净、不生硬

- **笔记标题：有物有用有受益**

言之有物、看之有用、听之受益

- **视频封面：清楚稳定不晃动**

画质清楚、运镜稳定、封面有标题、封面有氛围

○ “用心做好每个内容的元素”

- **内容图片：清晰实物定尺寸**

每个图片要清晰，商品图片要和实物相符，图片有固定尺寸

- **文案内容：原创易读有符号**

保证作品原创，文章可读性较高，灵活运营符号分割

- **关联话题：提取凝练配分享**

关联话题要精准，和内容主旨有关，关联不宜多而在精

03 用心开播，直播流量要接好

多开直播，选择勤奋总没错 01

增加开播次数

增加直播在每一天或者是每周中的开播次数，并观察用户流量高峰期，选时段增加开播频次，让直播间能“随时”被用户刷到；

固定开播频率，用户观播有节奏 02

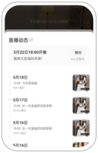
固定直播周期

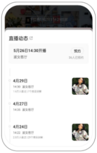
让用户在心里形成记忆，到某个时刻点，
商家直播开启，在用户心里打烙印，例如每天晚上8：00，
有我喜欢的商家开播；

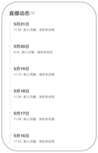
开播有节奏，直播有频次

3种商家开播频次做参考，开播选择有规律

1. 参考用户在线时段让直播完美承接线上流量，用户在20点-22点、14点-17点、10点-12点之间在线较多；
2. 养成用户习惯，从“偶遇”到“追更”；
3. 周中、周末不同样，心动的同时有“新”动；周中单场直播时长较短，周末更长；


单日多频次开播 ››

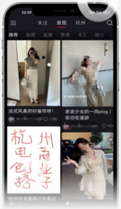

周期性开播 ››


每日开播

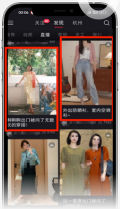
01 优化直播卡，用“橱窗”抓住用户眼球

双列直播卡作为三大流量入口之一，占据 **20%** 以上的流量输入

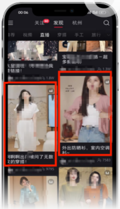
● 滑动笔记 01


双列直播卡可展示直播中笔记，
并通过呼吸灯告知用户直播进行

● 直播卡片 02

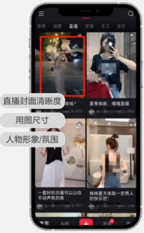

直播封面在直播卡中展示，
此时直播已开启

● 直播预览 03


滑到用户视觉位置，
直播间情况通过“橱窗”向用户展示

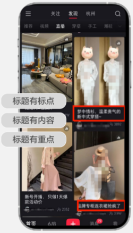
02 4个方向，提升直播间的直观感受

双列直播卡是呈现给用户的直播门面，优化双列直播卡就是在优化用户对品牌的第一印象



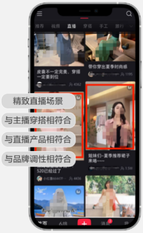
优化直播封面

满足第一印象的良好期待



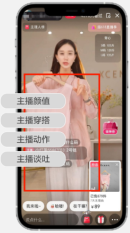
优化卡片标题

简洁明了易“Get”



优化直播布景

场景决定氛围感

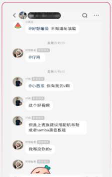


打理主播形象

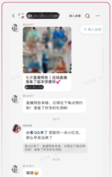
干净吸睛有品味

01 重视私域，喜欢你的人都在“群聊”里

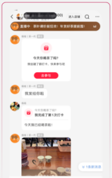
小红书群聊在三大流量来源中，占比**10%**以上的流量，其中通过群聊进播的用户商品转化率更高



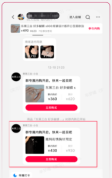
精准聚集



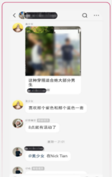
快速冷启



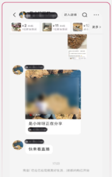
日常互动



高效转化



群内种草



直播提效

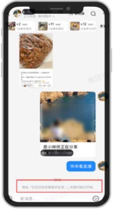
02 直播中增加私域进房的两个方法

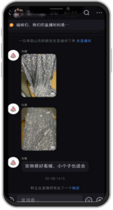
持续激活群聊粉丝，粉丝源源不断涌进直播间

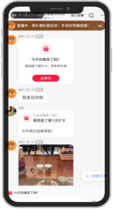
- 通过直播卡片分享到群聊，告知粉丝开播啦
- 通过群聊中，开播提示功能，让粉丝知道直播开始
- 分享直播讲解中的商品到群聊中，提升粉丝进播兴趣

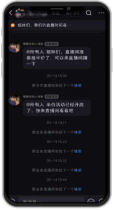
营销活动加持，让粉丝感受直播间的火热

- 日常活动提醒粉丝，激活群聊用户，通过直播提示，引导用户进入直播间
- 直播活动同步更新至群聊，并提醒粉丝关注活动开始


直播中信息提醒


讲解商品提醒


活动激活群聊

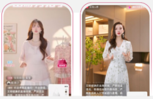

活动提醒粉丝

提升直播间停留&互动的3个方法

01 | 有氛围的直播间，更能留住用户

背景渲染直播间

- 直播间背景可通过**多样化的风格**及呈现，不同风格的商家店播需要配合主播以及产品定调直播间背景展示样式；



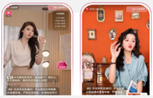
直播背景

直播背景的多样化呈现，需要给直播背景一个具体且可以搭建出来的风格，参考如下：

奶油风、复古风、沙滩风、职场风、机车风等

主播是直播间的形象担当

- 主播是直播间的第一门面，**主播形象**和直播商品、背景的适配程度都会直接影响用户对直播后续内容感官；



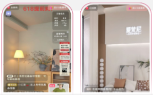
主播形象

主播形象需要从几个细节维度进行考虑，其中包含5个格外关注项：

仪容仪表、衣着穿搭、表情状态、肢体动作、言语谈吐.

灯光是直播间情绪的放大镜

- 灯光是直播间的主要配合工具，好灯光能够直接把直播间**氛围感**放大，让用户情绪价值得到具象化体验；



场景灯光

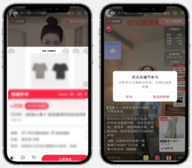
灯光放大氛围感也需要灯光在一定程度上能够搜索到关键字，来布置灯光，参考如下：

柔和灯光、聚焦灯光、轮廓灯光、照明灯光、发散灯光

02 | 有活动的直播间，更能留住用户

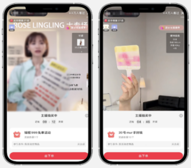
秒杀活动计时 01

- 保证**商品性价比高**：例如9.9元/件。
- 直播间**场景布置**：放上“每十分钟秒杀”字眼
- 配合**直播话术**：例如说“库存不多，秒完就没”，制造紧张的气氛，刺激用户下单


直播秒杀活动

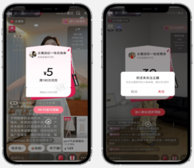
互动抽奖倒计时 02

- **设置福利**：如优惠券、红包、福袋，开福袋领红包
- **时间等待**：需要等待时间结束，用户参与了就会留下来看看自己是否中奖，拉长用户停留时间


直播抽奖活动

观看时长奖励 03

- **时间设置**：用户在直播中达到一定的直播时长（可后台设置）即可获得相应的红包奖励。
- **增加粘性**：增加了用户停留在直播间的时长，也为销售转化和粉丝积累打下基础

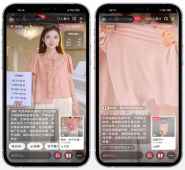

直播优惠活动

03 | 有细节的直播间，更能留住用户

直播间展示内容细节，配合镜头放大产品细节，增加用户停留时长，让用户更了解产品

明确产品展示细节、角度位置

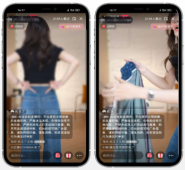
多角度展示产品，视觉信息更丰满



- 展示可分为两个镜头：
- 一个镜头展示**整体**画面
- 一个镜头展示产品**特写**画面

保证画面清晰、突出产品

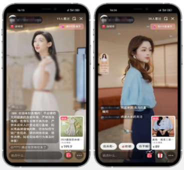
吸引观众关注产品，增加停留时长



- 产品的展示思路清晰，展示顺序**完整**
- 讲解思路层层**递进**，特点细节全讲到位

贴近用户审美

主播亲测体现产品美感，用户感官更直接



- 从产品美学的角度展示产品
- 让用户“眼前一亮”

小红书 电商学习中心

提升直播间商品转化的3个方法

01 | 排品有逻辑，转化不费力

优化直播排品逻辑，直播火爆有收益

货品分类

根据不同货品性质进行货品分类，整体分类大概分为4类：**引流款、热卖款、新品款、连带款**

配货比例

不同货品配货比例不同，商家可以根据直播目的设计比重，**引流30%+热卖40%+新品30%**

讲解时长

不同货品讲解时长有差异，长短取决于本次直播重心，**以新品打市场为主，新品讲解占70%**

商品搭配

直播流量在不同时段采取不同商品组合配置，例如：人数**高峰用热卖品+连带品**刺激转化

想好重心再配货，直播效果创新高

货品也要有比例，比例中不同类型的直播货品需要根据本次直播的核心进行比例配置

- 例如以激活老客为主：引流款25% + 热卖款60% + 新品15%；

讲解频次要设定，直播才能有中心

商品也要分主次，商品在讲解的计划中，不同类别商品设计讲解时长不同，

- 例如：2h直播中，引流款时间占比10% + 热卖款时间占比20% + 新品款时间占比70%；

02 | 弹卡配讲解，配合很无解

2-4min
商品塑品期

3-10s
商品开价期

2-3min
商品下单期

塑性期弹卡出现

塑性期商品弹卡可配合主播讲解节奏进行展现

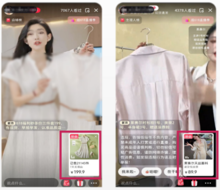
开价期弹卡出现

开价期间弹卡出现1-2次

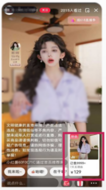
下单期弹卡出现

下单期商品弹卡可配合用户购买热度持续展现

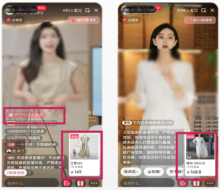
- 例如，商品刚出现，弹卡出现
- 商品讲述**10-30s左右**弹卡可以再次出现



- 开价期时长较短
- 弹卡**不宜经常出现**

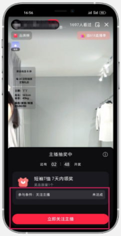


- 下单期用户问题较多，及时回答同时**多次出现弹卡**
- 弹卡可以在下单期持续出现，用户直接看到商品



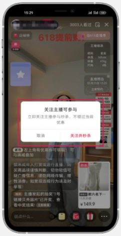
03 | 营销新人为主导，关注、粉丝增长好

小红书中具备多种营销工具，帮助商家实现“货卖得出去，人也要运营”的目标



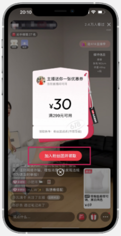
关注抽奖

非粉丝仅通过
关注才可抽奖



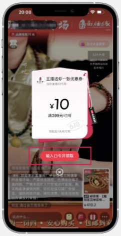
关注秒杀

非粉丝仅通过关注
才可参与商品价格秒杀



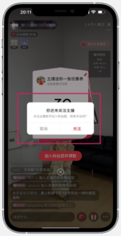
入群领券

非粉丝仅通过
入群才可领券



口令领券

粉丝/非粉丝
都可参与活动



关注领券

非粉丝仅通过
关注才可领券

小红书 电商学习中心

好生意 正当红

Live Stream Partner Summit 2024