

# SIINSIIN在小红书“鲨”疯了！

- **品牌名称:** SIINSIIN x 小红书
- **所属行业:** 服饰类
- **执行时间:** 2024.07.01-10.31
- **参选类别:** 直播营销类

# SIINSIIN鲨鱼裤在小红书直播“初试锋芒”，决定从双开试水到专场专开 但ROI达标是关乎命运的首场“大考”！

BEFORE

抖音做直播，跨小红书平台双开



X 提ROI难

X 放量难

X 维护难

NOW!



for小红书专开直播间  
核心诉求：提稳ROI并放量

SIINSIIN

首先  
ROI必须达标！  
这是硬指标！！

猛提ROI只是征服客户的第一步~「既要GMV又要ROI」才是我们的终极目标!

# 快准狠猛提ROI

# 稳扩爆拉满GMV

STEP 1. ROI路径拆分找归因

STEP 2. 确定优化目标

$$ROI = \frac{(\text{进店支付转化率} - \text{退货率}) \times \text{客单价}}{\text{进店成本}}$$

- ✓ **快速冷启** 调整基建节奏，注重精细化运营
- ✓ **高转化率** 找到精准人群，拿下第一波精准流量
- ✓ **成本优化** 技术+能力，助力成本极致优化
- +** **小红书天然优势buff叠满!**
- ✓ **低退货率** 小红书整体渠道退货率对比天猫&抖音都低
- ✓ **高客单** 客单价比抖音提30左右，消费者愿意接受溢价

GMV

=

公域投放UV+私域稳定UV

X

直播内容观看停留时长

X

单位时长订单转化率

X

客单价

X

复购频次

**滚人群雪球**  
 人群精准和跑量双保障

**观看停留**  
 内容互动  
 成交转化

**根据场景不同多SKU组品**  
 拉客单拉复购  
 打满每个人群价值

提取关键指标，用五个小手段，为SIINSIIN打造闭环生意增长「新引擎」

# 准人群

兼顾精准和规模，深挖需求及偏好

锁核心人群

拓潜力人群

基于小红书人群与服饰需求人群高度重合  
多维度人群定向叉乘测试

# 狂带货

定位直播间货品价值  
深挖触动目标TA的WOW MOMENT



# 稳引流

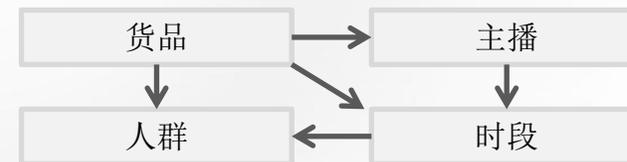
店铺直播 + 商销 + 群聊 + 买手直播  
“四位一体”策略持续优化流量



- 快速定位笔记类型，优先赛马明星官宣笔记+明星混剪笔记，快速起量，助力账户快速度过冷启期
- 账户每日保持高频基建+测新，稳定账户跑量模型

# 精直播

人X货X时 精细匹配



# 强控场

依托于乘风平台能力  
提升直播间活跃指标，促单  
核心优化

30S看播

# 大水漫灌式的洗人式打法投放边际ROI低 不如先找到「高ROI、高回报、高价值」的三高人群

## 一方数据回传 识别种子人群

## 历史内容洞察 分析用户需求

## 根据核心需求 细分四大核心人群

精致妈妈、小镇青年、新锐白领  
25-35岁女性 | 中高收入  
爱好穿搭、生活记录、明星娱乐  
美妆、运动、宠物

超8成购买者为女性，  
女性是主要受众

年龄段在25-35岁的人群是购买主力，  
占整体55%

人群占比：  
**87.3%**  
较上期增长：  
7.7%



在各城市线级分布较为平均，  
新一线城市和二线城市购买力较大

人群占比：  
**12.7%**  
较上期增长：  
28.6%



塑形显瘦，提升身材曲线

运动适配，注重舒适透气

时尚多场景百搭，关注品质

日常通勤，耐穿易于打理



## 针对细分人群进行笔记赛马测试

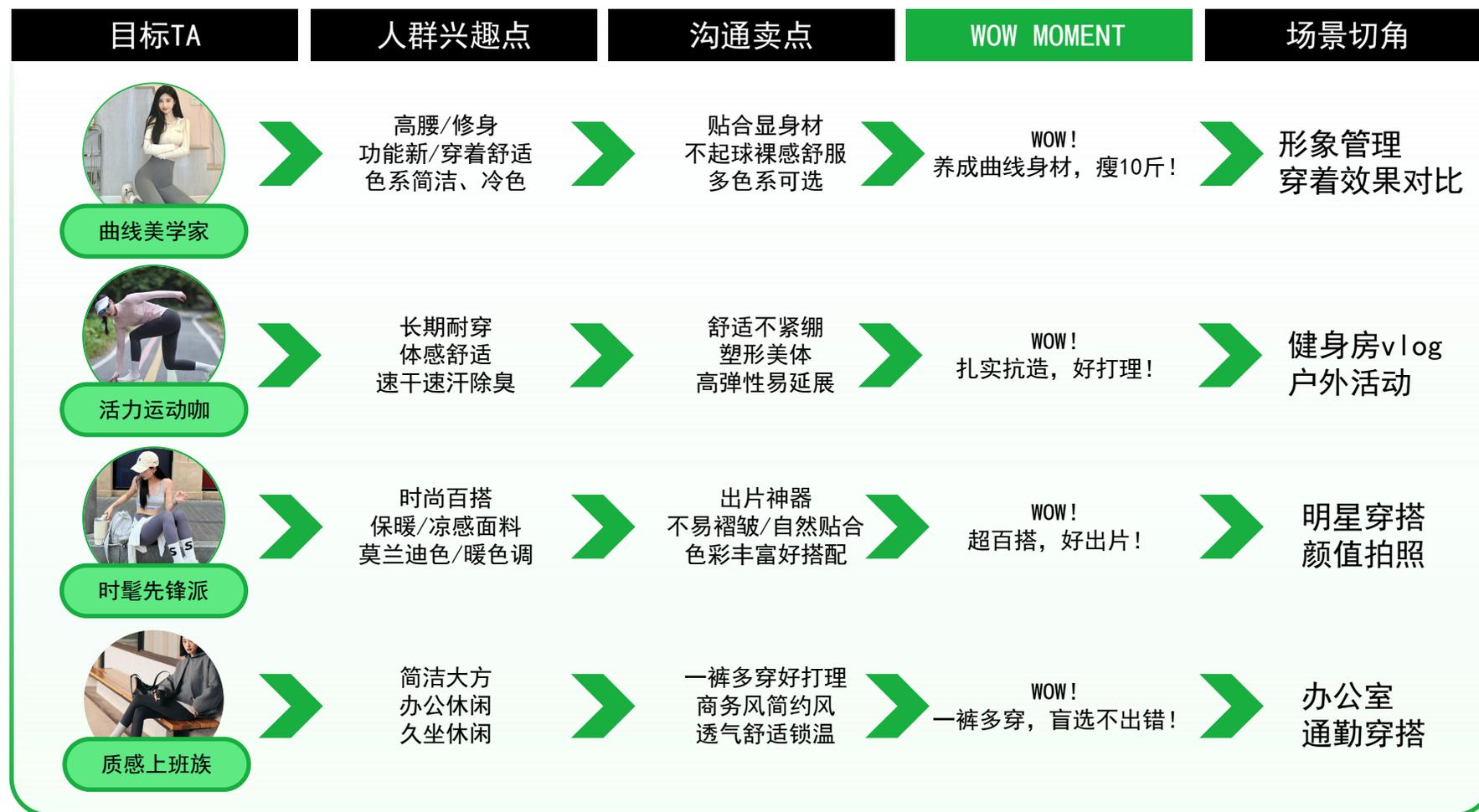
根据细分人群兴趣点、内容场景，抓住种草TA的“**WOW MOMENT**”

### 场景切角测试

上班通勤	穿搭教程
轻量运动	剧烈运动
拍照打卡	时尚风向
品牌故事	情侣送礼

### 产品卖点测试

贴合紧身	穿搭塑形
材质科技	色系搭配
一裤多穿	裸感舒适
高弹延展	除臭排汗



# 投直播，但不是就直播投直播而是分层投放、搭建**良性循环的流量结构**

## 直播前

全触点大曝光 强势预热蓄水

专业号福利向/明星KOL种草向笔记  
引导直播预约&产品购买



群聊互动&福利  
强势引流直播间

精准聚焦

快速冷启

日常互动

直播提效

群内种草

高效转化

## 直播中

高级定向+智能拓量 直播快速放量

借势「乘风」平台投放引流  
「高级定向」+「托管计划」助力店播成交进阶



电商场景人群	25-35岁，曲线美学家、活力运动咖、时髦先锋派、质感上班族
电商行为人群	从浅到深，为不同电商行为用户提供差异化内容
内容行为人群	结合核心人群洞察 配合智能拓量定向触达转化
博主人群	根据核心人群兴趣偏好，选择宠物、健身减肥、美护，配合买手直播投放



智能  
拓量



快速  
起盘

## 直播后

品牌直播常态化 商品笔记勤投放

店播+商笔联动  
优质内容提升转化

日均投放计划数 40-87

日均投放笔记数 54-71



## 分笔记、时段、人群精细化调户，三管齐下让流量效率UP! UP! UP!

### 分笔记梯队跑量

#### 定期换血是审美疲劳的疗方

笔记类型	调户动作
头部笔记	单独搭建计划冲量，拓乘风定向+DMP人群，在roi稳定的情况下可下调出价拿量
腰部笔记	维持稳定，可进行多维度定向测试筛选好的定向稳定投放维持量级
尾部笔记	优先搭建优质定向测试，一般计划内笔记采用赛马模式进行，根据3天情况调整，无转化或转化较差的关停

评论区强维护  
每日头部20条笔记评论区巡查

### 分时段调优

#### 解决商销/直播兼顾ROI和跑量的问题

时段	调户动作
早间	<ul style="list-style-type: none"> <li>筛选近7天/14天低roi笔记淘汰关停，同时新建当日新计划</li> <li>小预算(10%~20%)+高转计划复建</li> </ul>
午后	<ul style="list-style-type: none"> <li>小量放一部分预算(30%)</li> <li>控停一批空耗计划</li> </ul>
晚上	晚八点后仅保留出单roi达标计划进行全天投产冲刺拉升，其他分时正常盯盘微调，以此优化当日综合投产

高峰时段需要频繁进账户  
进行空耗计划拉空动作或拉空计划  
或回传订单继续投放测试

### 分人群拓量

#### 探索“定向+素材”组合的价值差异



拓展流量



提升获客量



拆分用户价值

- ✓ 优质笔记堆量+优质定向堆量
- ✓ 及时针对头部笔记优先搭建与产品关联度较高的定向（如成交人群）  
能实现较快放量
- ✓ 一方数据分析，核心人群辐射

## 笔直联动构建SIINSIIN闭环生意增长飞轮



最后！让**目标可预测、结果可追踪可优化**，让流量战术也能完美闭环！

按照结果推目标

开播前  
保预约

从GMV目标推出预约人数目标开播后根据实际预约看播补量

开播前  
追看播

$$rGMV = \text{购买人数} \times \text{平价客单}$$

$$\text{购买人数} = \text{看播人数} \div \text{成交率}$$

$$\text{看播人数} = \text{预约看播} + \text{非预约看播}$$

$$\text{预约看播} = \text{预约人数} \times \text{预约看播率}$$

根据数据调投放

**补** 预约人数缺口

预热一段时间后  
对后续进行预判

综合使用BKFS  
开播前补齐预约

根据自然预约增速  
预估基础预约人数

**追** 有效看播人数

直播正式开始后发现缺口  
非预约看播人数快速追回

非  
预  
约  
看  
播  
预  
约  
看  
播



# 抓住“四大要素五大指标”，吃透种草式直播逻辑

## 直播的人

### ● 打理主播形象

干净吸睛有品味

主播颜值

主播穿搭

主播话术

主播谈吐

## 直播的货

### ● 加深种草属性

突出品线优势

组品

购买指引

赠品

活动机制

直播  
四要素

## 直播的场

### ● 优化直播布景

场景决定氛围感

置景风格

穿搭相符

产品相符

调性相符

## 直播的利

### ● 优化用户留存率

提升直播间活跃度

秒杀活动

互动抽奖

观看时长奖励



## 五大指标 拆解直播底层逻辑

直播  
时长

不低于6h/天

直播封面  
点击率

不低于8%

直播间  
互动率

不低于3%

直播间  
互动率

不低于3分钟

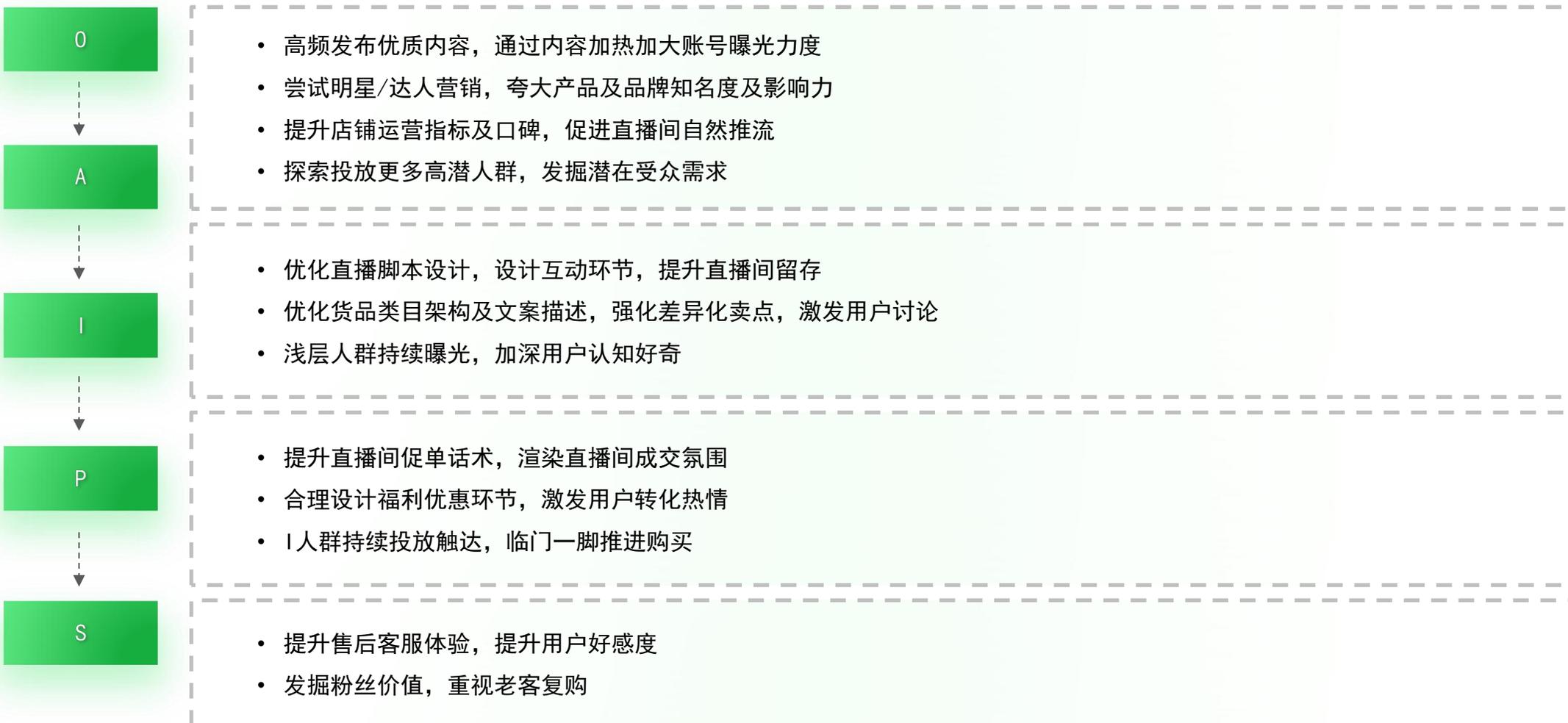
购买  
转化率

每10分钟转化率

拆解下钻AIPS层级在直播场景下的人群分布、规模变化及周期的环比  
用AIPS资产的变化来客观评估直播间各个环节的运营表现，通过人群资产的构成占比制定分层运营策略。

### 人群层级

### 提升手段



# 基于小红书生活方式电商属性，依托于乘风平台能力，以30s看播作为直播优化目标

## 开播初期

付费流量并配合引流款、福利款商品提升直播间吸引力；关注30s观看次数，及时调整定向、素材、出价。

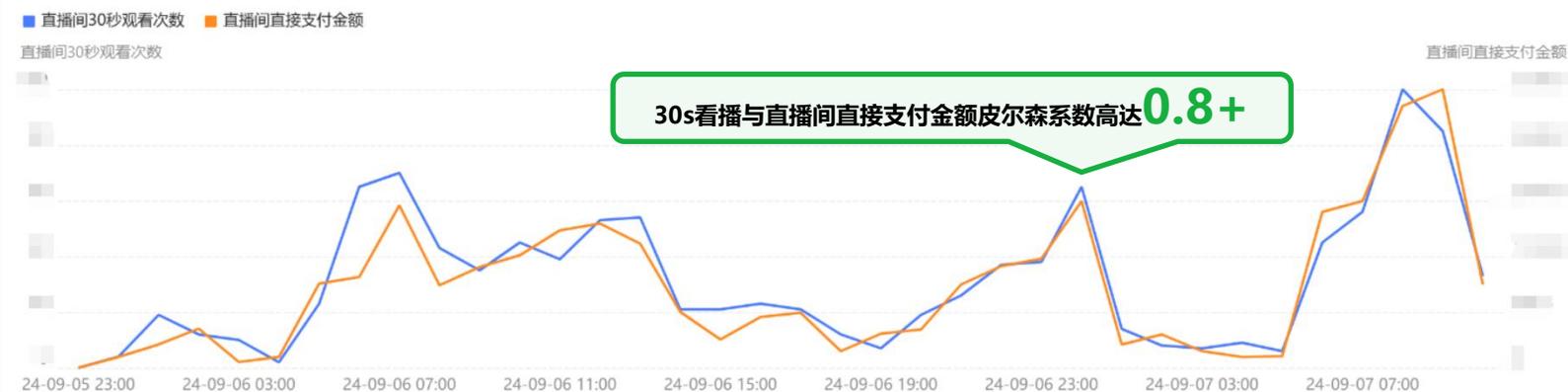
## 开播中期

平衡流量和转化效果，流量引入配合利润款叠加引流款福利款商品，并通过相关直播间活动进一步提升人气。

## 开播后期

筛选之前稳定的投放计划，并配合高转化商品返场销售，来平衡整场投产比。

### 数据概览



王炸SIIN品  
引领轻塑时尚新趋势

SIINSIIN



杨紫同款  
SIINSIIN轻塑鲨鱼裤单品

品牌自播  
破千万

小红书品牌自播  
领跑平台

店播GMV破

1,100W +

潮流服饰类闭环GMV



TOP1

超级单品轻塑鲨鱼裤  
热度持续引爆

销售总件数破

40,000件 +

单日店播  
持续创新高

单日店播GMV破

200W +

# 客户信心倍增！从1个直播间增加到2个直播间同时开播

## 自鲨鱼裤成为时尚顶流后，再造喇叭裤现象级爆品



## 与其种收分离，不如种转一体 在小红书把闭环工具用到极致！

小红书平台高契合度的时尚用户画像  
为潮流服饰行业提供着「天然的种草土壤」  
对有着时尚属性的产品而言  
小红书的搭配种草-人群种草-直播间种草正变得不可或缺！



长线运营稳基建，用「乘风」，助力店播快速启动

深耕私域用户心智，提升直播曝光拉高转化效率

商笔二剪极致投放，放大买手效应；定向博主粉丝，有效二次触达