

娇韵诗x小红书：

妙用种草场为创新直播经营场，撬动全域生意新增量

- 品牌名称：娇韵诗
- 所属行业：美妆类
- 执行时间：2024.06-11
- 参选类别：直播营销类

Y23稳扎稳打、策略清晰，打破高美寒冬魔咒，引领产品心智-扩大市占-生意稳健增长

产品矩阵分层

+

种草策略

=

品效双收



全渠道爆款·大单品

»

守

细分肤质做深做垂，
稳占精华赛道TOP1

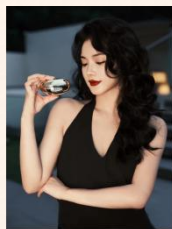


高增赛道·潜力品

»

试

立足口碑营销，
精耕KFS打透种子人群



品类红海·趋势品

»

攻

洞察生活方式场景，
乘势破圈新立意



霸榜心智
双萃精华
高端精华搜索排名
TOP1

兴趣浓度
月光宝瓶面霜
高端贵妇面霜阅读渗透排名
TOP2

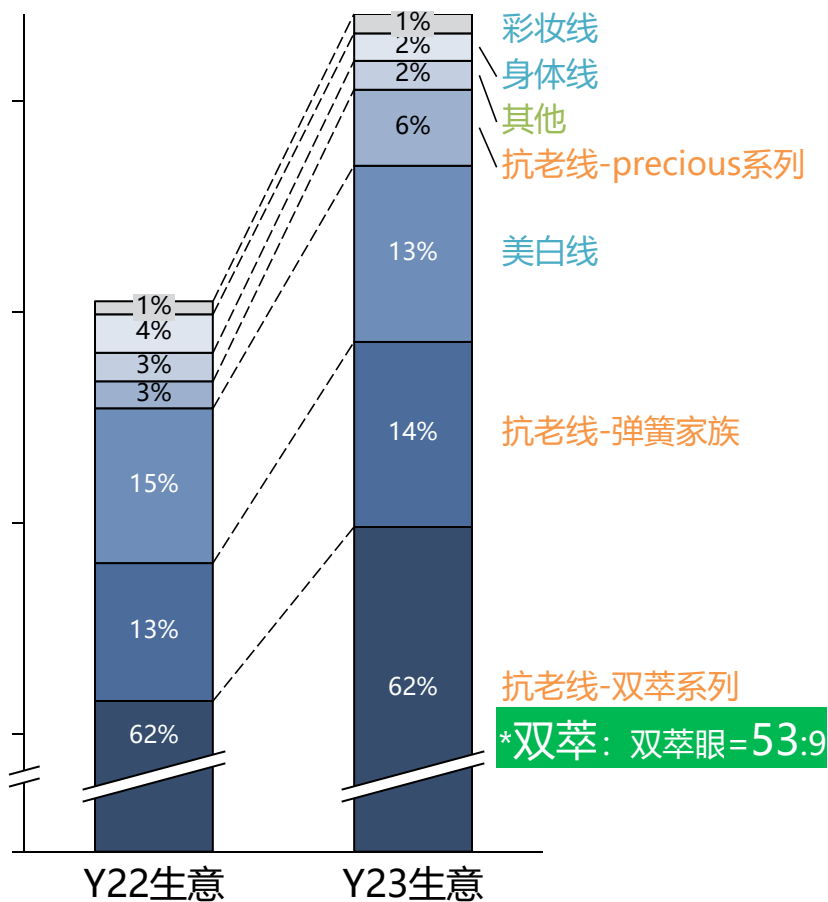
兴趣浓度
小奶瓶粉底液
干敏肌粉底液阅读渗透排名
TOP1

*排名统计为Y23全年

Y23全渠道销售额同比增长 >10%

偏安一隅终遇瓶颈……生意结构集中、爆品新故事难寻，存量市场需卷出**新增量/新故事**

娇韵诗Y22-23 生意趋势&构成



问题1：生意结构较集中



双萃精华
腰斩生意贡献

53%

……SK美白/彩妆/身体增长乏力

弹簧家族

Precious
系列

双萃系列

抗老线心智垄断

82%



问题2：爆品新叙事难寻



AIPS人群总数vs. 同类产品-20%

A人群vs. 同类产品-26%

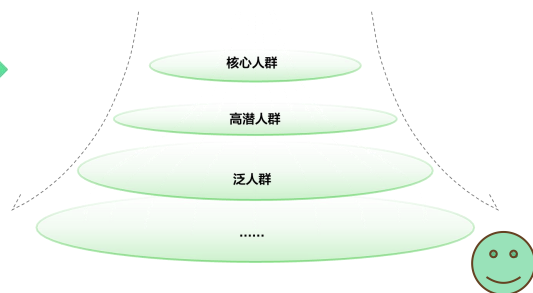
依赖老客复购，招新拓新成疾



*数据统计截止2023/12/31

💡解法：

反漏斗锚定种子人群，
打出二梯队潜力品



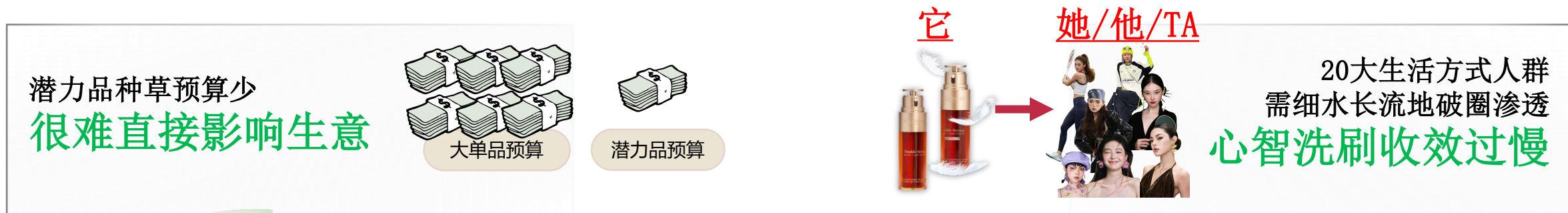
💡解法：

破圈生活方式人群，
挖掘新的种草故事



单一种草效果仍不显著？尝试组合种草x闭环，按下种草效能加速键，且离生意更近一步

但是，品牌仍觉得单一的KFS种草不够有效……



因此，何不尝试闭环x种草，
既能以闭环加速种草，又探索闭环生意新增量

潜力品-找到对的人直接种收一体 ✓

大单品-闭环x种草高点经营抢占心智/助力全域 ✓

如何入局小红书电商？答案在抓准经营策略的差异——以「人」为本的生活方式电商



继承传统货架电商的人-货-场运作逻辑



人：offer向主播
货：爆品导向
场：日不落店播

电商目的



搭载爆品收割新人群
冲高抖式新爆品生意



小红书专属的以人为本的生活方式电商



人：人感买手、以生活方式描摹的用户
货：差异化的主潜力品货盘
场：种草x闭环的有机结合

电商目的diff



潜力品-种收一体生意增量



大单品-全域转化品效双收





1/小步快跑

2/种收一体

3/策略升级

4/全域转化

策略与创意

组合多种「人群杠杆」，以「人」为核，步步进阶闭环阶段、优化闭环经营策略

站内-潜力单品种收一体拓增量

全域-全网爆品全域转化博品效

起量成长期（4-5月）

长线经营期（6月至今）

核心目标

冷启测试
摸索适配选品和买手

人群杠杆

暂无（盲测储备期）

小步快跑

核心目标

潜力品x超头买手
摸高GMV天花板

人群杠杆*1

小红书超头明星买手

种收一体

核心目标

找对品-小红书常态化差异货盘
找对人-头部+适配多层次买手

人群杠杆*2

以人组货盘、以人选买手

策略升级

核心目标

基于360人群杠杆
闭环x种草x品牌，全域品效爆发

人群杠杆*4

以人组货盘、以人选买手
私域人群助力、一方人群验证

全域转化

不断迭代「人群杠杆」支点，跑通生活方式电商的“人/货/场”经营策略



1/小步快跑

2/种收一体

3/策略升级

4/全域转化

执行过程/媒体表现

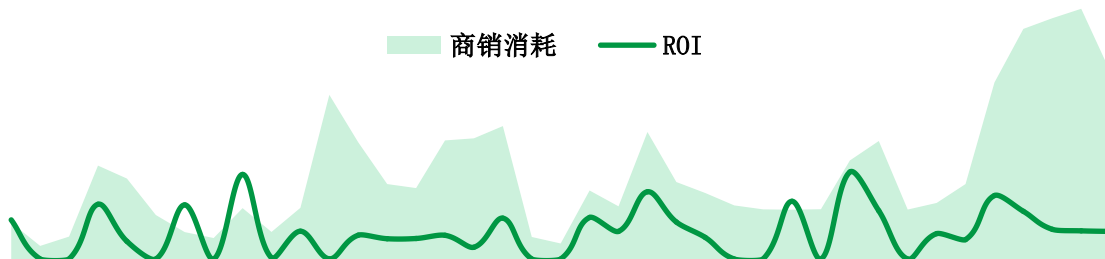
商销+买手直播开启自闭环，小步快跑得出经验：趋势潜力品x买手直播的组合略显成效

高潜种草笔记挂车试水，小范围测试选品



商销消耗

ROI



站内潜力彩妆品产出更优，保留投放

产品矩阵，配合多元买手直播测品



17个上播产品

13位买手

17场买手直播



身体线潜力初显



季节性防晒品
GMV占比高

1/小步快跑

2/种收一体

3/策略升级

4/全域转化



执行过程/媒体表现

差异品双萃眼x超头董洁，错主品错机制抢跑618，潜力单品种收一体，成功摸高GMV

差异主推品x高适配买手



爆品双萃+身体油

小娇0椰面霜+青苹果精华

主推品：娇韵诗双萃精华眼霜

+17%

眼部精华品类搜索
24年1-4月YoY

+40%

本品NPS指数
Vs.同类品集

TOP4

本品TI人群资产排名
Vs.同类品集

超头买手董洁美护专场

懂油懂植愈护肤 与品牌理念不谋而合



Q 董洁X精油

Q 董洁X植萃温和抗老

Q 董洁X明星同款美护产品

董洁X高频搜索关键词

重押潜力品双萃眼x超头买手，错主推品错机制，抢跑618落地种收一体

直播前：笔记种草+UGC口碑蓄水



直播中：锚定差异货盘 高点买手植理念提调性

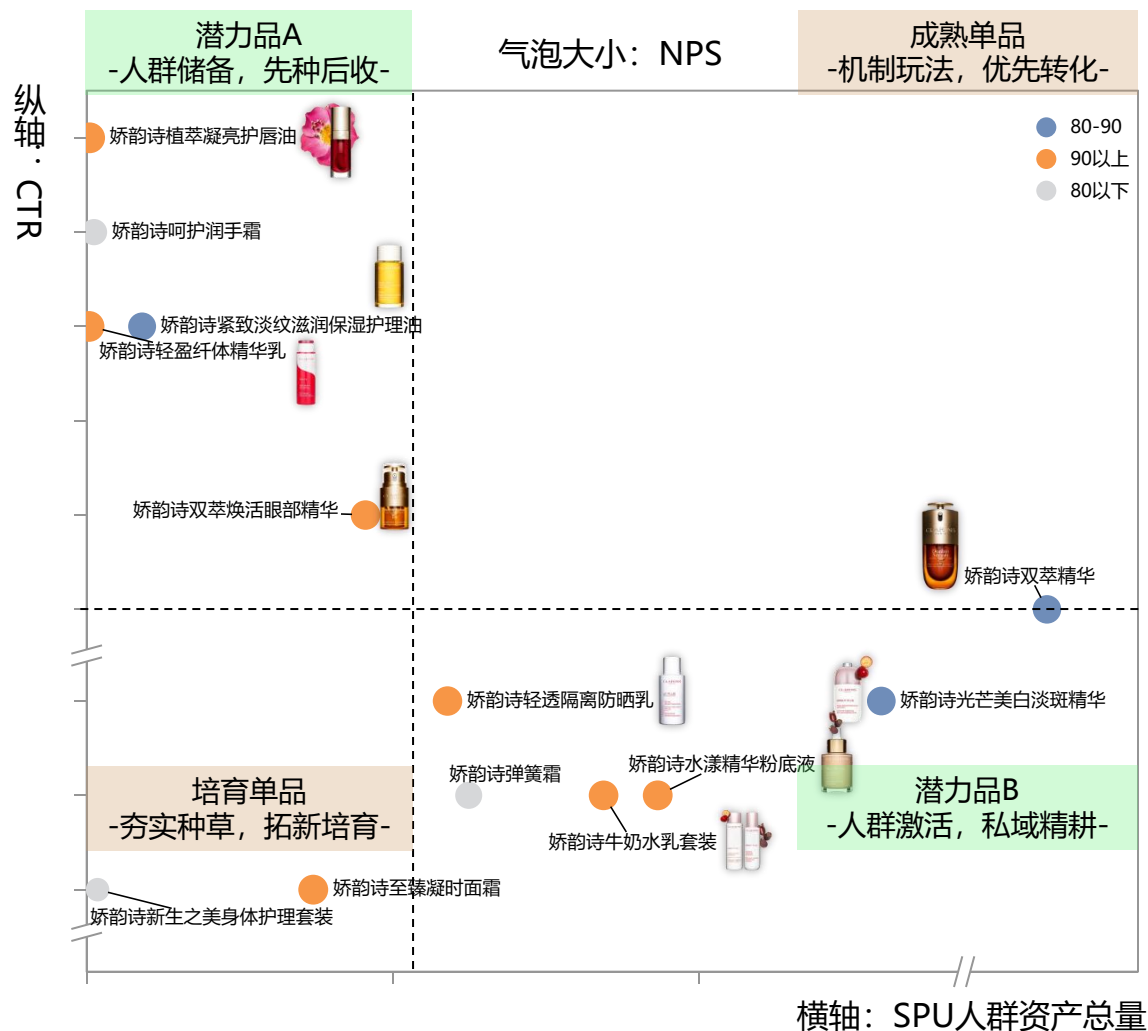


直播后：持续商业触达续热 发酵自然口碑

潜力单品
种收一体双萃眼霜单品贡献
GMV150W+单场直播贡献
GMV300W+成交客单突破
¥1000+品效外溢
站外助力单品TI人群激增
+96%单品搜索膨胀
+70%直播后一周内涨粉
+103%



【以人组货盘】综合人群资产与NPS科学选品，差异化闭环策略，组成高转化力潜力货盘



潜力品A

种草起量+买手出圈，
反漏斗精准定向种子人群

种收一体



潜力品B

巧用私域激活既有人群资产，
“派样-复购”链路吸引晒单/转化

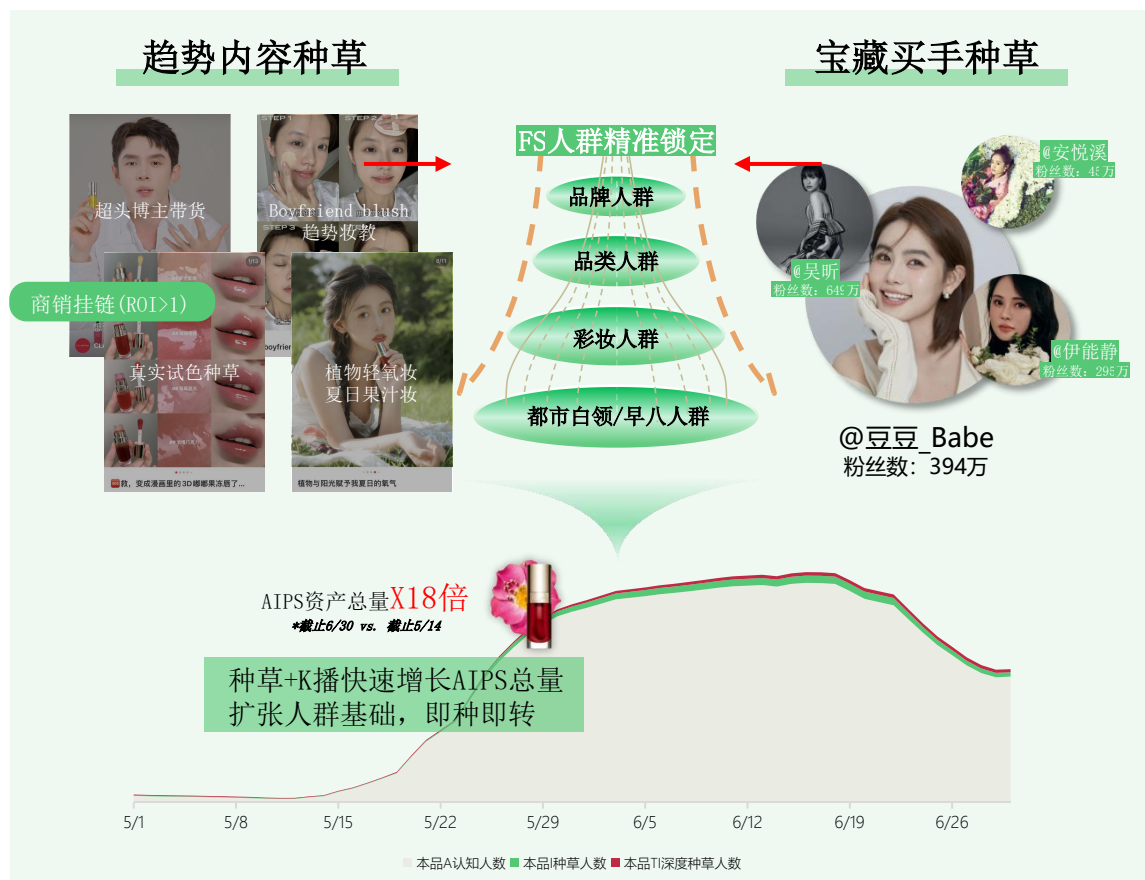
私域精耕+全域生意



*货品DGMV贡献占比时间周期为2024/6/1-2024/8/15

【以人组货盘】针对不同的潜力品象限，分别从多场景种草与私域派样，触发种收一体转化力

笔记+K播种草起量，即种即转

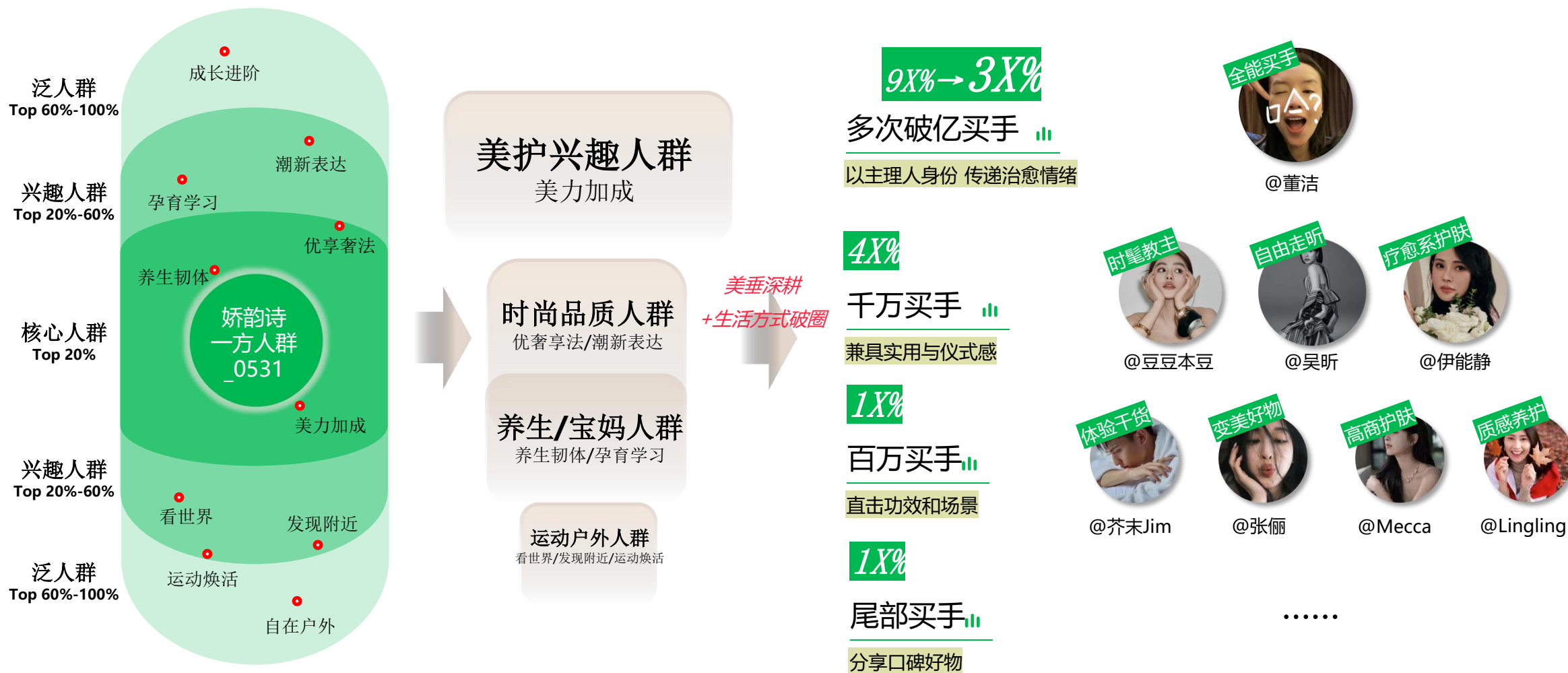


运维私域促活用户“派样-复购”





【以人选买手】一方人群x20大生活方式人群精准破圈，匹配买手矩阵，降低头K依赖



至此，解决了潜力品HOW-TO种收一体的问题
翻越了第一座大山，迎来了**更艰巨的考验**！

国际美妆客户必问的灵魂拷问：我的**大单品**在小红书电商**怎么做**？





{买手合伙人直播模式} {闭环x种草x品牌组合拳}, 两大创新点带动大单品焕新反响热烈

娇韵诗品牌x买手合伙人共创“限时不打烊”直播大事件

1

闭环x种草

8/16-8/30

买手合伙人
进店播+K播
双向助力



空降店播

@董洁 等8位买手合伙人

K播反哺

限时助播
分享场景式护肤心得



2

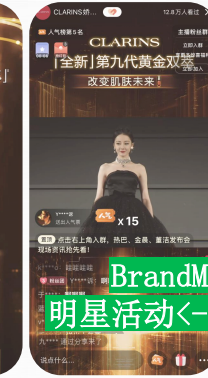
闭环x品牌

8/16 8/21 8/30
三波高峰

大事件x店播
蓄-引-互-转
四效合一



交易IP
强势曝光



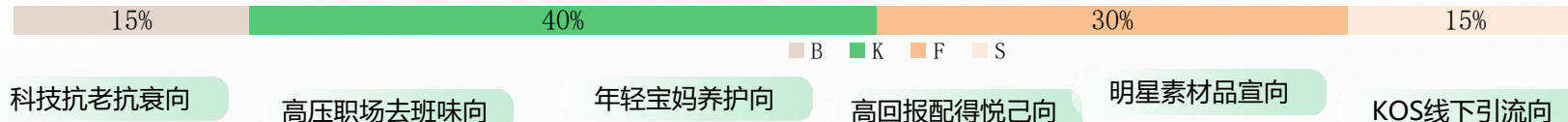
BrandMax+ 品专实时引流
明星活动<->做客店播间梦幻联动

3

种草

8月初开始

种草场域
夯实地基



科技抗老抗衰向

高压职场去班味向

年轻宝妈养护向

高回报配得悦己向

明星素材品宣向

KOS线下引流向

.....

1/小步快跑

2/种收一体

3/策略升级

4/全域转化



执行过程/媒体表现

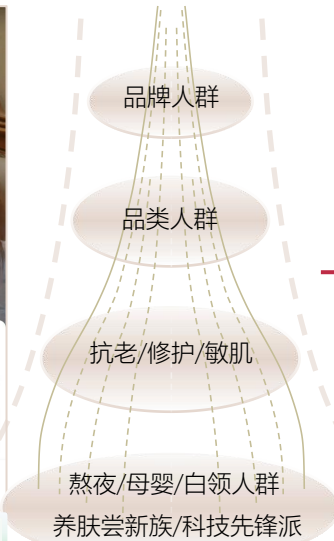
从投放到私域，内外兼修的精细化运营手段为烟花式Campaign保驾护航，达成品效双赢

精细投流动作：直播前预约蓄势，直播中聚热强扩音

精细私域运营：全程群聊陪伴，真正和用户看且买且玩到一起



官号及进播KOL笔记 直播前预约



竞价 直播中引流



直播前 派样促产UGC/预告引流



直播后 打卡提活跃强心智

吸引

1.2万+

直播总计预约人数

聚合

35万+

直播总计观看用户数

沉淀

2万+

品牌涨粉

招新

6.2千+

群聊招募总人数

转化

+222%

群聊支付转化率 vs.单场场均

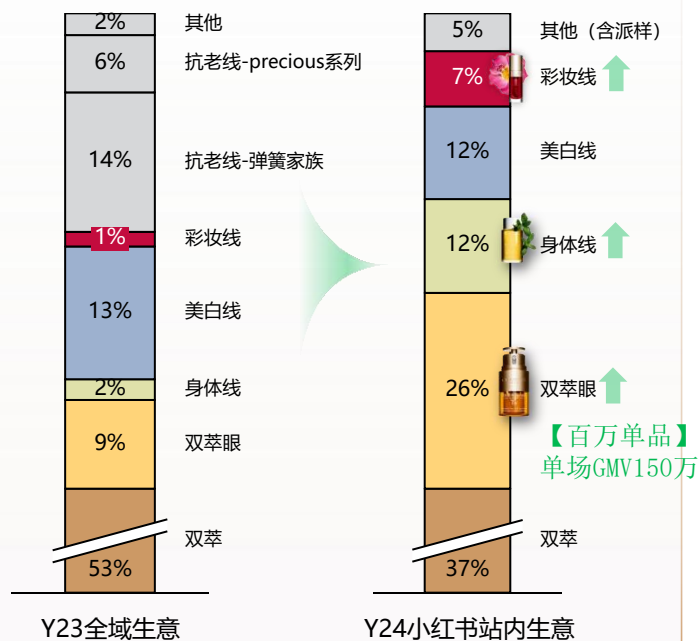
全渠道一方人群(带时间戳) ∩ 本品人群资产 41%；站外转化增益率 258%

娇韵诗x小红书电商，达成潜力品种收一体、大单品人群破圈/全域爆发、品牌力多维跃迁

潜力品种收一体

小红书差异品种收一体

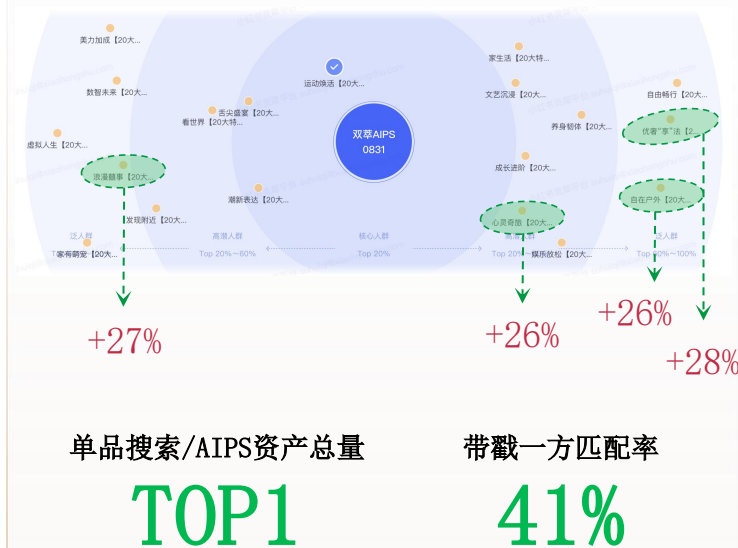
潜力增量迸发



大单品细分人群渗透

经典品新叙事，小红书电商经营全域转化

特色人群渗透



*统计周期为8/1-8/31 (一方数据截止9/2)

品牌影响力跃迁

闭环x种草x品牌多场域联动

现象级直播热度

【聚合】
店播总计观播人数

35W+

【沉淀】
店播品牌涨粉

2W+

【护肤类目】
品牌搜索排名

TOP3

+2名/+42%

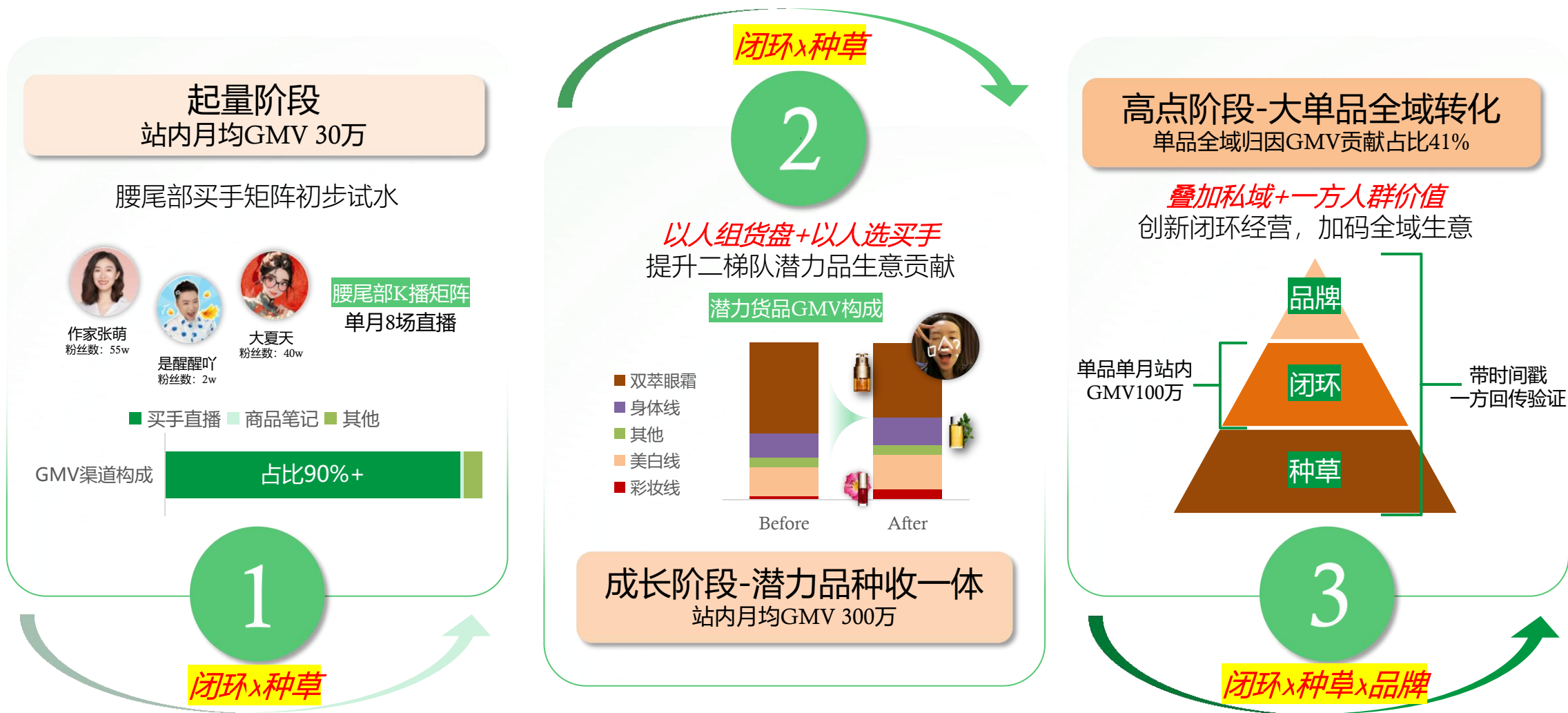
【护肤类目】
品牌AIPS总量

TOP6

+3名/+55%

*统计周期为8/1-8/31

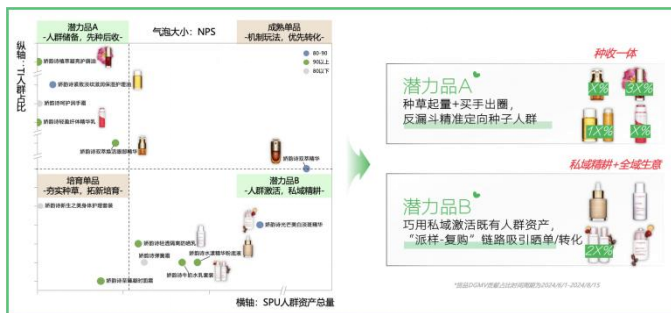
稳中求新，以「人群」串联货盘/买手/公域种草/私域蓄水的闭环全场景，撬动生意新动力



我们总结了for高美品牌无痛入局，种收潜力品、增益大单品的两种思路……

潜力品-有策略性的种收一体

{科学摸排 组品盘人}



「以人选品/组货盘」
组建潜力品货盘



「以人选买手/做内容」
甄选高适配买手

人群资产/行为/NPS四象限
一方已购客x生活方式人群

大单品-多场域结合的品效双收

{闭环x种草x品牌 全域爆发}

针对无店播基础的高美客户，运用**买手**
合伙人店播x**蚂蚁雄兵**K播的创新直播模式，
将直播大事件打出【B】的效果



【KFS】夯实地基，为闭环转化蓄势



品牌大事件直播<->明星进播打通，
【BFS】触点配合，实现蓄水-引流-
互动-转化四效合一



种草

品牌

人群资产/行为/NPS四象限
一方已购客x生活方式人群
私域人群放大器
一方人群连接器

放大人群杠杆效能