

乘风助力商家增长 联动多玩法操作指南



CONTENT

目录

PART 01 如何拿到更多流量

PART 02 如何去做计划优化

PART 03 友好市集

大家在小红书有没有过这些经历

平时有一点点销量但不多

投放指标不知道怎么看

曾经爆过但是卖不动了

笔记的曝光量很少

这个品是爆品但做不起来

直播中都没两个人进来

不知道该不该做投放

不知道在小红书做生意该怎么搞

投放ROI很低

投流计划出现空耗

不投放没曝光，投得少又没效果

做了投放投不出去

PART 01

如何拿到更多流量

商品与直播推广营销方案总结

营销目标	商品推广			直播推广		
营销场景	日常销售	笔记加热	新客转化	日常销售	直播预告	
流量场域	通投			通投		
	搜索	信息流	视频流	搜索		
推广目标	7日总下单 ROI/订单量	商品访客量	互动量	支付ROI/ 订单量	5S/30S观看	直播预约量
营销策略	长线投放，持续吸引目标受众 进入店铺和购买商品			运用直播推广增加流量， 迅速曝光新品、爆品、好品		

商品推广与直播推广是否会抢量

营销目标	商品推广	直播推广
用户链路	支持笔记主体，引导用户进入店铺下单	支持笔记&直播卡主体，吸引用户进入直播间下单
互相补量	1、商品推广触达的人群包含了偏好在商详情页下单的用户，能够对直播间的流量构成差异化的补充。	
	2、商品推广计划能够用于承接直播间观看后未下单的犹豫流量。	
	3、商品计划与直播计划之间做好差异化，包括出价、人群等，可以形成更加有效的互补。	
	4. 商品计划适用于日常常态化投放，建议一直开启，因此不建议在直播中暂停。	

➤ 怎样才能跑出量？-提升单计划的广告竞争力

广告竞争力=出价竞争力 X 点击竞争力 X 转化竞争力+广告质量。

简单来讲，就是需要提升点击率、转化率、出价，以及优化内容互动指标

提升单计划的广告竞争力-出价竞争力

小红书乘风

新建计划

- 基础信息
- 投放内容
- 投放设置
- 定向设置
- 计划信息

请确保商品与笔记描述一致、且在直播间内，关联后可提升进播下单率

投放设置

推广目标

直播间直接支付ROI

直播间直接支付订单量

投放方式

控成本投放 ?

定向设置

出价

请输入

i 参考历史直播支付ROI，市场平均值3.42~5.12



预估定向

规模预估 37805 万+

性别和年龄将作为受众倾向选择，系统将根据投放效果优选更多人群。



保

从广告有曝光起前 7 个自然日提供成本保障，请放心投放，详见[成本保障规则](#)

➔ 提升单计划的广告竞争力-点击竞争力

利用优质素材

1. 优先使用点击率好的笔记来投流
点击率 $\geq 10\%$
2. 优先使用店铺中GMV高的笔记来投流
GMV > 0

优化质量增加数量

- 1、按照行业内优秀案例，优化自身的笔记内容
2. 增加数量，开启系统优化，进行赛马

投流策略优化

1. 老素材衰弱，更改定向
2. 新素材、新商品做精准定向
3. 新账号、新素材阶段，调高出价20%

➤ 提升转化竞争力-商品推广

1

挂车商品组件点击率:主要受到商品展示价格的影响、笔记内容吸引力的影响。(可通过优化选品、跳转组件的价格展示、笔记内容,来提升组件点击率。)

2

商品详情页的下单转化率:主要受到商品价格、商品详情页的吸引力的影响, 客服服务、退换货政策、是否包邮也对下单转化率有影响。

3

计划设置的人群定向:人群定向也对计划的转化率有影响。(建议通过计划的多组合赛马找到最优的人群定向组合。)

4

负向操作:计划开启后尽量不暂停投放, 不做关联笔记删减、价格调低等负向操作, 能够给广告模型创造一个稳定的环境去学习。

5

长期账号培养上, 建议可多投搜索, 搜索的转化率较高, 长期投可以提升转化率。

➔ 提升转化竞争力-直播推广

1. 优化直播间装修，装修风格是小红书用户认可的“美”

2. 优化主播话术，增加使用场景联想，提升主播人感

3. 直播间内多引导用户互动，口头或文字回复评论、及时透出直播间下单的福利机制

直播
推广

4. 提升直播间内用户的观播时长，用户观播超过1分钟时、转化率会有明显提升其余与商品推广场景同样

➔ 怎么做好直播投流

小红书 电商学习中心

#1 直播前

发笔记 攒人群

#2 直播中前1h

提人气 拉观播

#3 直播中

速优化 拉转化

#4 余热承接

长触达 深运营

常见痛点

相对竞品认知人群少
品牌认知度不足

主播尚未充分调动直播间氛围
没有稳定的人气和观播

需提升成交量

没赶上进播/直播中观看未
下单的用户余热仍在持续

投放策略

投笔记加热
积累人群

投直播间观播
降ROI拉人气

主投ROI充分放量
推高GMV

投二创商品笔记
持续转化

推广目标

互动目标

30s观播

ROI目标

30s观播

ROI目标

ROI目标

下单目标

关注指标

人群规模

观播量、观播成本平均停
留时长、互动率

直播GMV、直播ROI

商品笔记GMV、商品
ROI、用户复购

营销能力

笔记加热 智能定向
笔记共创

直播预约 高级定向30S观播
一键起量

直播间ROI托管投放

高光剪辑 商品推广

操作TIPS

多商品、多笔记测试赛马
人群累积目标:群友
>1000、粉丝量>5000

提前2天搭建计划，确保过审

实时高转化单品笔记预算
倾斜计划的预算消耗进度
保持低于80%

直播物料再利用
笔记承接播后余热

PART 02

如何去做计划优化

➤ 如何去做计划优化

小红书 电商学习中心

1

不消耗

VS

2

转化低

➤ 计划优化-不消耗



账户余额(元) 833.45

日预算(元) 500.00

日消耗(元) 0.00

消耗进度 0%

2025-05-01 至 2025-05-26

直播推广

更新时间: 2025-05-26 11:57

趋势图

消费
0.00元
环比--

展现量
0
环比--

点击率
0.0%
环比--

直播间直接支付ROI
0.0
环比--

7日店铺新客支付金额
0.00元
环比--

直播推广管理

活动 电商广告返货狂欢季，宠你没商量！最高可获得16万元广告消返券，马上报名参加！ [立即报名](#)

计划 创意

+ 新建计划

计划筛选

计划名称

请输入计划名称

计划名称

计划名称

☐	计划名称	操作	计划状态	创意审核状态	计划问题	自动优化	营销场景	广告类型	投放模式	推广目标	一键起量	计划预算	
合计6条记录													
☐	☒ 4封面放量 ID: 117618867	详情 编辑 更多	• 处于暂停时段	☒ 审核通过	正常	未启用	直播推广x日常销售	通投	托管	直播间直接支付ROI	未开启	300.00元	
☐	☒ 14封面 点击 ID: 116841843	详情 编辑 更多	• 处于暂停时段	☒ 审核通过	正常	未启用	直播推广x日常销售	通投	自定义	点击量	暂不支持	300.00元	
☐	☒ 4封面单测ROI 基础+家居 ID: 116841621	详情 编辑 更多	• 处于暂停时段	☒ 审核通过	正常	未启用	直播推广x日常销售	通投	托管	直播间直接支付ROI	已结束	300.00元	
☐	☒ 5.13- 4封面单测 基础+家居_20250... ID: 116835568	详情 编辑 更多	• 处于暂停时段	☒ 审核通过	正常	未启用	直播推广x日常销售	通投	自定义	直播间30s观看量	已结束	300.00元	

计划优化-出价

直播推广管理

活动 电商广告返货狂欢季，宠你没商量！最高可获得16万元广告消返券，马上报名参加！ [立即报名](#)

计划 创意

推广目标

出价

+ 新建计划		计划筛选	计划名称 请输入计划名称						
☐	计划名称	操作	推广目标	一键起量	计划预算	投放方式	出价	计划创建时间	消费
合计6条记录									0.00
☐	☒ 4封面放量 ID: 117618867	详情 编辑 更多	直播间直接支付ROI	未开启	300.00 元	控成本投放	ROI控制: 1.50	2025-05-16 15:31:22	0.00
☐	☒ 14封面 点击 ID: 116841843	详情 编辑 更多	点击量	暂不支持	300.00 元	手动投放	0.6元/次点击	2025-05-13 11:20:58	0.00
☐	☒ 4封面单测ROI 基础+家居 ID: 116841621	详情 编辑 更多	直播间直接支付ROI	已结束	300.00 元	控成本投放	ROI控制: 1.50	2025-05-13 11:15:19	0.00
☐	☒ 5.13- 4封面单测 基础+家居_20250... ID: 116835568	详情 编辑 更多	直播间30s观看量	已结束	300.00 元	控成本投放	5元/个有效观看	2025-05-13 11:13:48	0.00
☐	☒ 5.13 笔记封面单测 基础+家居 ID: 116829616	详情 编辑 更多	直播间直接支付ROI	未开启	300.00 元	控成本投放	ROI控制: 1.50	2025-05-13 11:06:26	0.00
☐	☒ 5.13 主理人笔记 基础+家居 ID: 116846735	详情 编辑 更多	直播间直接支付ROI	已结束	300.00 元	控成本投放	ROI控制: 1.50	2025-05-13 11:01:39	0.00

计划优化-出价/定向

推广主体

☒ 直播间

☐ 笔记

投放设置

推广目标

直播间直接支付ROI

直播间直接支付订单量

投放方式

控成本投放 

出价

1.5

 参考相似计划的ROI水平2.5~3.74

 保 从广告有曝光起前 7 个自然日提供成本保障，请放心投放，详见[成本保障规则](#)

定向设置

 预估定向 规模预估 6094 万+

性别和年龄将作为受众倾向选择，系统将根据投放效果优选更多人群。

人群定向

智能定向

已选 2 个定向 >

性别

不限

男

女

地域 

不限

自定义 >

年龄 

不限

☐ 18-22

☐ 23-27

☐ 28-32

☐ >32

计划信息

计划名称

4封面单测ROI 基础+家居

16/50

计划优化-定向

高级人群定向



电商行为人群

品牌行为人群

博主人群

电商场景人群

行为兴趣人群

人群包

直播行为

店铺行为

行业行为

行为场景 本直播间



已选定向

清空已选

人群包

基础定向



家具意向人群



选定向的思路(必背口诀)

以品定人群，爆品扩大人群加预算。

智能扩量是必选，精准、量级双保障。



行为

说明

时间范围



直播间认知

近180天观看过本账号直播间的用户

180天内



直播间意向

近180天对本账号直播间有过深度观看行为的用户（深度观看：观看直播 $\geq$ 1次且单次观看时长 $\geq$ 30S）

180天内



直播间新客

近180天在本账号直播间支付1次的用户

180天内



直播间老客

近180天在本账号直播间支付 $\geq$ 2次的用户

180天内



直播间流失

历史在本账号直播间下过单但近180天未支付的用户

不限



计划优化-定向

电商行为人群 品牌行为人群 博主人群 电商场景人群 行为兴趣人群 人群包

博主行业

指定博主



行为类型

关注 × + 4



博主名称



博主



博主

- ☒ 关注
- ☒ 群聊
- ☒ 15天内笔记阅读
- ☒ 15天内笔记互动
- ☒ 15天内观播
- ☐ 15天内购买

切记：选择博主人群一定要选自己有产品优势的

计划优化-定向

小红书 电商学习中心

小红书乘风

首页推广数据工具财务成长伙伴学习中心

基础报表

基础数据

转化分析

直播分析

直播数据

直播推广大屏

人群分析

新建人群

人群列表

人群定向分析

受众分析

选品分析

可选条件

输入标签关键词检索

用户属性

性别

年龄

用户职业

孩子年龄

城市等级

地域

手机品牌

九大人群

二十大人群

圈选运算

并集运算池

圈定包含以下任一特征的人群

请从左侧 拖拽条件 到池子

新增运算池

交集运算池

并集运算池

*内容来源讲师经验，仅供参考

计划优化-直播封面素材

创意信息



创意名称

0/50

! 直播创意名称不能为空

直播标题

奶油风平价家居，装修进

11/50

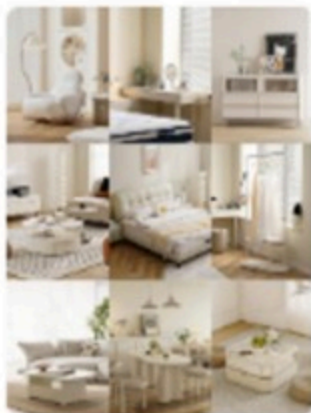
直播封面

已选 4 个封面

已上传 4/30 张，格式：推荐上传宽高比

添加封面

封面 已添加 4/30 张 推荐添加 5 个以上封面 [批量删除](#)



上传图片

投放笔记素材保持一条计划只选单一商品/相似商品（保证人群一致）

投放内容 | 关于内容投放要求

开播账号

请选择直播间或按用户ID搜索

支持选择与投放账号关联的小红书号，或是与企业绑定的专业号 [如何关联](#)

推广主体

☐ 直播间

☒ 笔记

推广笔记

+
添加笔记

请确保商品与笔记描述一致、且在直播间内，关联后可提升进播下单率

推广主体

☐ 直播间

☒ 笔记

推广笔记



10m²小次卧儿童房, 还可以这...

商品: 13-CZ27010餐桌椅

商品数

[修改商品](#) [删除](#)

1



烟道转角就要这样装

商品: 13-CZ27010餐桌椅

商品数

[修改商品](#) [删除](#)

1



洗完澡才9点, 谁懂这一刻的幸...

商品: 13-CZ27010餐桌椅

商品数

[修改商品](#) [删除](#)

1



当我看了她的家, 我才懂了什...

商品: 13-CZ27010餐桌椅

商品数

[修改商品](#) [删除](#)

1



160s沉浸式镜柜收纳 | 适合懒...

商品: 奶油舒适温柔软床

商品数

[修改商品](#) [删除](#)

1



小卧室床别放中间, 换个思路...

商品: 24年新款单人极...

商品数

[修改商品](#) [删除](#)

1

请确保商品与笔记描述一致、且在直播间内，关联后可提升进播下单率

投放笔记素材保持一条计划只选单一商品/相似商品（保证人群一致）

投放内容 | 关于内容投放要求

开播账号

请选择直播间或按用户ID搜索

支持选择与投放账号关联的小红书号，或是与企业绑定的专业号 [如何关联](#)

推广主体

☐ 直播间

☒ 笔记

推广笔记

+
添加笔记

请确保商品与笔记描述一致、且在直播间内，关联后可提升进播下单率

推广主体

☐ 直播间

☒ 笔记

推广笔记



10m²小次卧儿童房, 还可以这...

商品: 13-CZ27010餐桌椅

商品数

[修改商品](#) [删除](#)

1



烟道转角就要这样装

商品: 13-CZ27010餐桌椅

商品数

[修改商品](#) [删除](#)

1



洗完澡才9点, 谁懂这一刻的幸...

商品: 13-CZ27010餐桌椅

商品数

[修改商品](#) [删除](#)

1



当我看了她的家, 我才懂了什...

商品: 13-CZ27010餐桌椅

商品数

[修改商品](#) [删除](#)

1



160s沉浸式镜柜收纳 | 适合懒...

商品: 奶油舒适温柔软床

商品数

[修改商品](#) [删除](#)

1



小卧室床别放中间, 换个思路...

商品: 24年新款单人极...

商品数

[修改商品](#) [删除](#)

1

请确保商品与笔记描述一致、且在直播间内，关联后可提升进播下单率

计划优化-笔记素材

我的笔记

蒲公英合作笔记

授权笔记

导购笔记

主理人笔记

企业笔记

广告素材

合作码笔记

搜索笔记内容或笔记ID

☐ 仅看商品笔记

全部

图文

视频

找不到要投放的笔记

阅读数 ?

互动数 ?

阅读率 ?

阅读互动率 ?

2290

超出行业 90%

59

超出行业 90%

17.23%

超出行业 80%

2.58%

超出行业 60%

1531

超出行业 90%

136

超出行业 90%

24.92%

超出行业 90%

8.88%

超出行业 70%

1405

超出行业 90%

110

超出行业 90%

12.06%

超出行业 90%

7.83%

超出行业 70%

1263

超出行业 90%

96

超出行业 90%

25.81%

超出行业 90%

7.60%

超出行业 70%

1164

36

16.89%

3.09%

优先选择笔记阅读数、互动数、阅读率高的笔记

计划优化-素材

基础报表

直播分析

人群分析

选品分析

类目洞察

商品洞察

店内选品

创意分析

类目洞察

类目选择 床上用品

成交载体

更新时间: 2025-05-25

统计时间: 2025-04-01 至 2025-04-30

往月 2025-04

① 选品分析用户手

综合榜单

成交排名

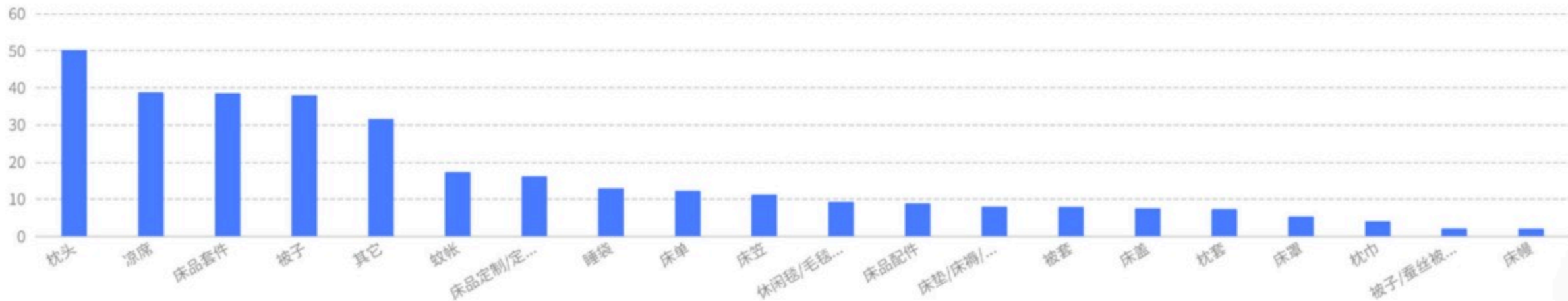
趋势热度

推广效果 ②

柱状图

榜单趋势分析

综合得分



子类目

综合得分

床上用品>枕头

50

操作

类目分析 优质笔记 热卖商品

计划优化-转化低

优质笔记分析

全部笔记 推广笔记

营销诉求 商品推广

笔记类型 图文笔记

排序 曝光量



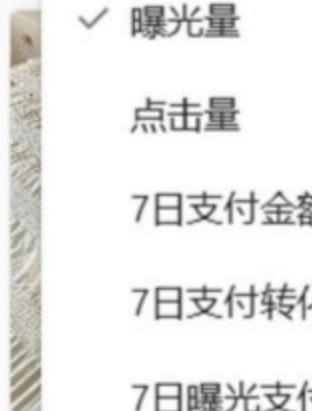
下颌关节紊乱自救...



vocal！睡了一晚第...



亲测实用的出行必...



还



枕是...



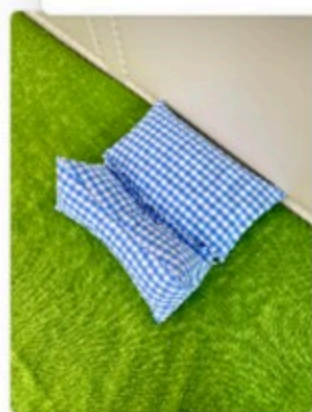
颈椎难受😭有富...



当我跟古人学睡觉...



颈椎星人30年，我...



千呼万唤适出来...



这也太好睡了吧！

- ✓ 曝光量
- 点击量
- 7日支付金额
- 7日支付转化率
- 7日曝光支付转化率
- 7日支付订单量

不消耗优选曝光和点击量高的
笔记作为参考
转化比较低筛选支付高的笔记
作为参考

➤ 计划优化-转化低



转化低-人群

小红书 电商学习中心

小红书乘风

首页 推广 数据 工具 财务 成长伙伴 学习中心

16 人民币 问号 色块 更多

基础报表

直播分析

人群分析

新建人群

人群列表

人群定向分析

受众分析

选品分析

创意分析

营销场景 全部

广告类型 全部

其他筛选

详细分析

性别分布

女 男 未知



	展现量	占比
女	3932.00	98.87%
男	37.00	0.93%
未知	8.00	0.20%

年龄分布

展现量



分析指标 基础数据 / 展现量

基础数据

总转化

直播直接转化

笔记互动

直播互动

新客转化

点击量

点击率

消费

✓ 展现量

*内容来源讲师经验, 仅供参考

该账号主要消费群体为26-35岁女性
26-35岁展现最高，点击率最低3.30%

详细分析

分析指标 基础数据 / 点击率

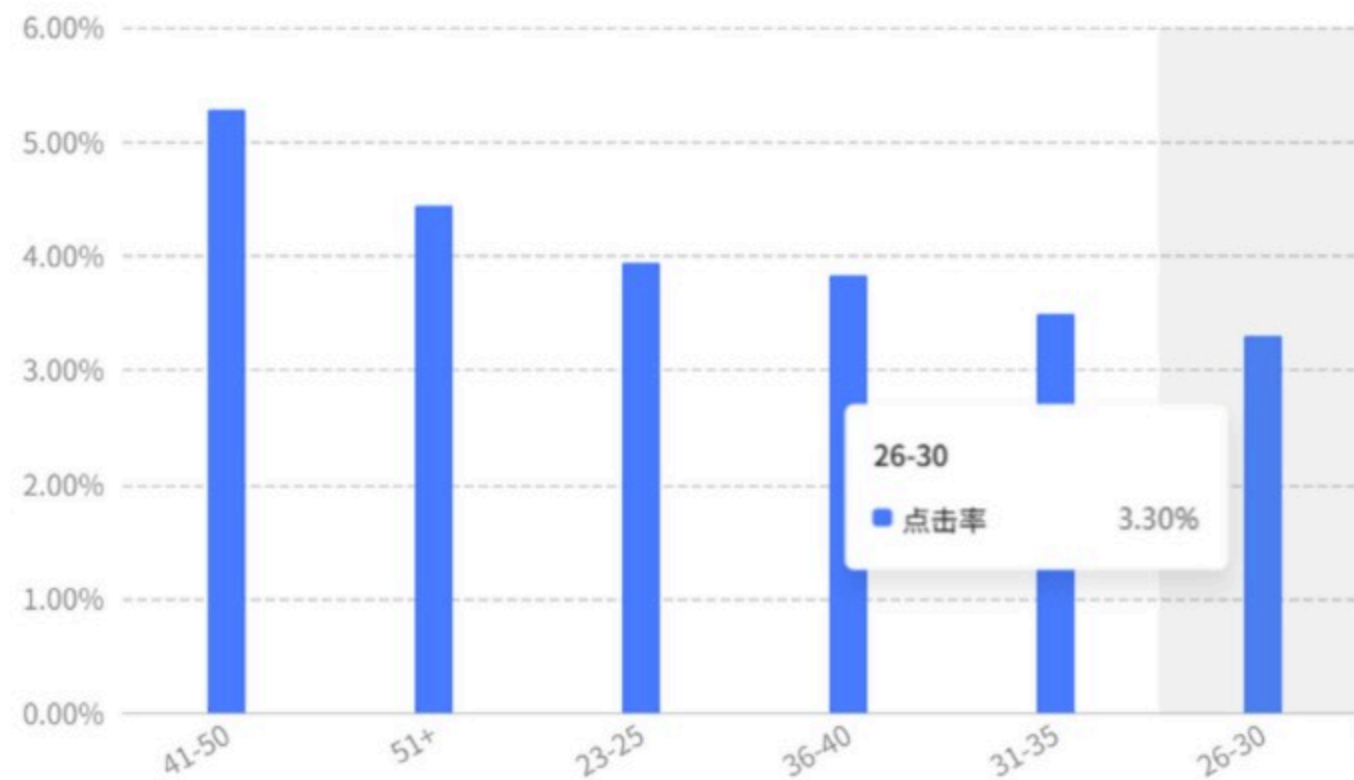
性别分布

■ 点击率



年龄分布

■ 点击率



转化低- 素材

埋词

标题和笔记正文、视频笔记片头要注意埋词(场景词、品牌词、产品词)，提升用户决策效率和搜索相关性，直击用户痛点

互动积累

投前要做好笔记互动积累，点赞评论

多场景触达

笔记图片/封面要5张以上，多样场景扩大人群触达

封面优化

封面要使用拼图/文字上图/竖屏，点击率更胜一筹

评论牵引

笔记评论区要做好互动/下单牵引，助推笔记转化

提跑量

高点击高转化笔记要视作主力，加大投放力度提跑量

优质笔记公式

美护

产品/真人出境x 功效/成分/亮点突出x 引导下单

食品

食物/手持拍摄x 卖点风味/试吃展示/细节放大/制作流程

母婴

产品介绍/使用效果X 精准定位母婴需求/构建使用场景

服饰

真人上身实拍X 细节卖点展示X 精准人群/痛点/穿搭风格

优质笔记公式

家居
日百

产品介绍/使用效果x 场景向/优势向/痛点向

3C
家电

产品效果/需求洞察x 卖点突出/产品优势/使用场景展现

教育
培训

目标受众/需求挖掘x 时效性调作用/痛点直击

转化低-人货场

卖点

重新梳理产品卖点，尝试多种卖点表达方式或者尝试更换其他卖点

价格

检查价格是否为全渠道最低，是否有价差导致外溢

直播

直播封面点击率、主播塑品话术、营销工具、直播互动和停留

差评

检查是否笔记/商品/直播间有差评

商品详情页

丰富和美化商品详情页的图文说明，材质尺码、卖点、穿搭、使用场景和说明，使用户获得足够的购物决策信息

售后

客服是否响应及时，运费宝是否开通、发货时间是否有问题

PART 03

友好市集

商家参与指南

商品友好、服务友好
价格也友好

报名入选
解锁专属重磅激励

招募时间 5.26 - 6.30 | 活动时间 6.01 - 6.30

成功入选即可获得小红书电商最大力度的激励!



平台补贴
最高300-50元
大额券

单商家补贴不设上限



蓝链&群聊
成交免佣*

单商家至多可减免2万元



流量算法
加权

单篇笔记最高可获得
1万额外曝光



专属商品
官方标签

提升商品转化率

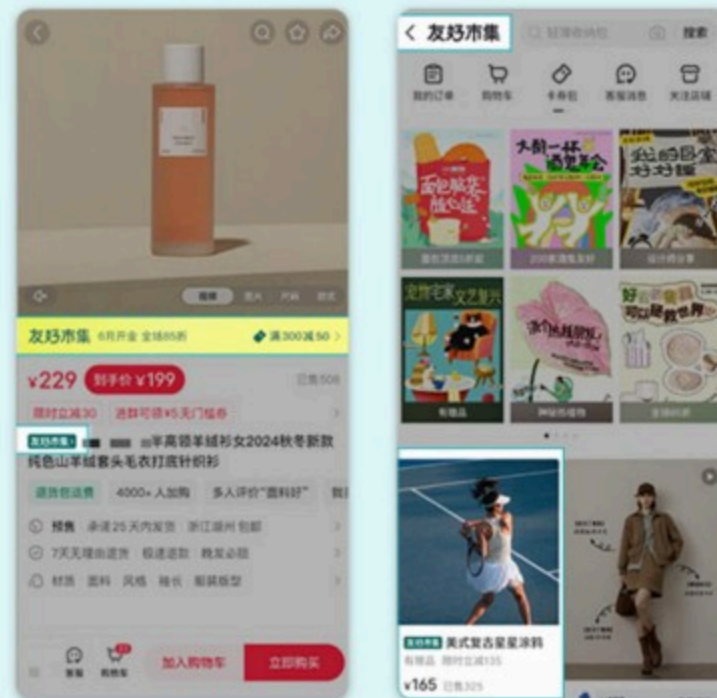
四大重磅平台激励，入选即享

03 流量算法加权

商家围绕友好市集商品发布笔记，
单篇笔记最多获得额外1万曝光

04 专属氛围标签

平台为友好市集商品提供专属氛围及商品标签，有机会进入友好市集页面展示，提升曝光及转化



*以上效果仅作参考，以实际上线效果为准

如何成为友好市集商品

01 商品友好

严控品质 到手质量有保证	商家90天累积好评数 ≥ 20	
	30天商品品质负向反馈	
	销量 ≤ 600 , 负反馈数 ≤ 3	销量 > 600 , 负反馈率 $\leq 0.5\%$

02 服务友好

商品现货充足 订单及时发货	商品承诺24小时发货, 生鲜/烘焙类目设置坏损 包赔后可延长发货时间
客服及时回复 疑问耐心解答	近30天客服3分钟回复率 $\geq 80\%$
运费全免保障 全店退换无忧	开通运费险 全店退货包运费

03 价格友好

商品85折直降 无须凑单	近30天最低价 渠道底价	平台大额补贴 价格更优
-----------------	-----------------	----------------

如何参与友好市集

● **参与说明：**本次仅支持在干帆PC端完成报名

● **报名路径：**



● **审核时效：**3个工作日

● **路径示意：**



*以上仅为示意，以干帆实际上线效果为准