

EXCELLENT BUSINESS  
CASE REVIEW

MARKETING



# 与Nature's answer一起， 解锁小红书商销高ROI的answer

MARKETING

# PART ONE

**Nature' s answer x 小红书**  
**与Nature' s answer一起，**  
**解锁小红书商销高ROI的answer**

BACKGROUND **项目背景**

# 项目背景

BACKGROUND

**Nature's answer**是来自美国的健康品牌，专注草本天然治愈力，解密自然的答案  
22年入局小红书，23年与平台商业化寻求合作，在预算受限的情况下希望能够打造**商销爆品**



「天时」 抓住疫情期间热点趋势  
洞察消费者健康诉求变化

「地利」 平台商销快速发展  
成为强卖货的优质土壤

「人为」 跨境保健品客户预算受限  
只求卖货如何提高销量与ROI

# 项目亮点

BACKGROUND

## 在小红书，不仅能做对生意，还能做大声量

洞悉市场  
精准选品

内容测试  
既销又种

全站智投  
销量起飞

### 站内商销



商品笔记成交百万品牌代表

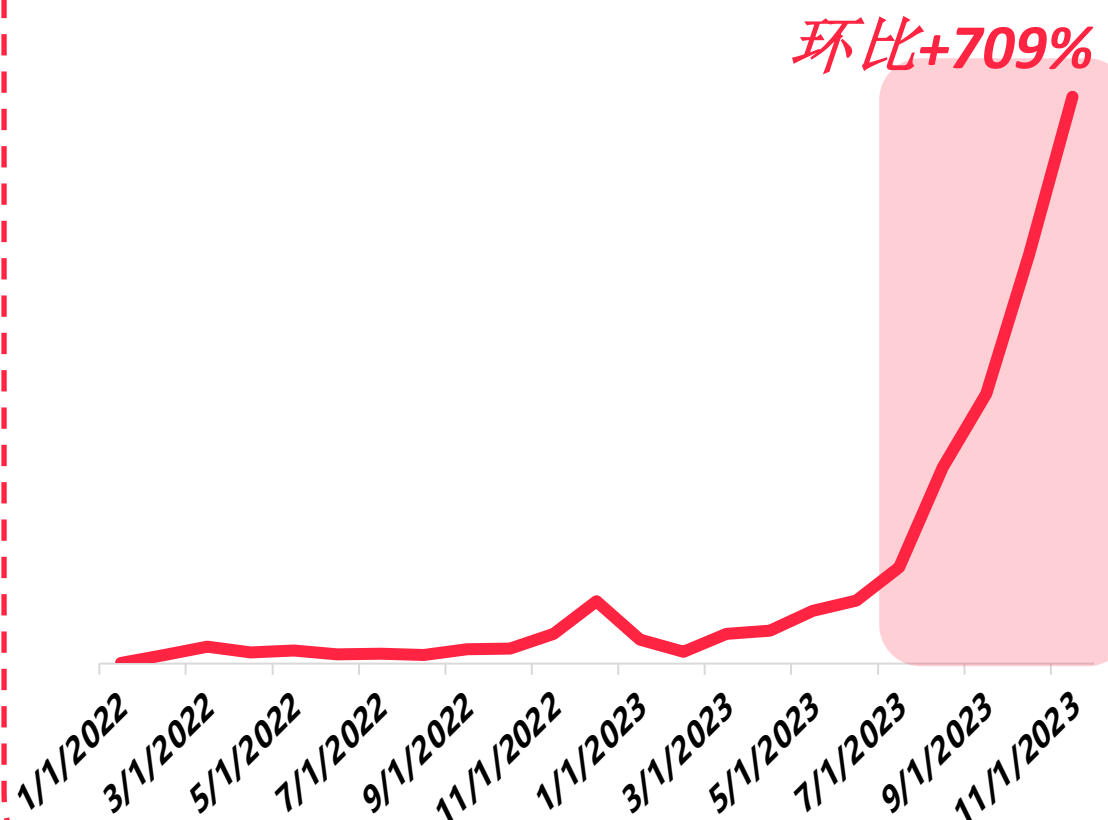


2023全年站内商销数据  
GMV > 1600w  
ROI > 2.0

22年GMV240w ROI1.5

### 站内种草

小红书站内搜索量



### 站外商销

2023年Q3

京东系,

小红书外溢成交额 **170万+**

阿里系,

小红书外溢成交额 **450万+**

Nature' s answer x 小红书

与Nature' s answer一起，

解锁小红书商销高ROI的answer

MARKETING  
IMPLEMENTATION

营销实施

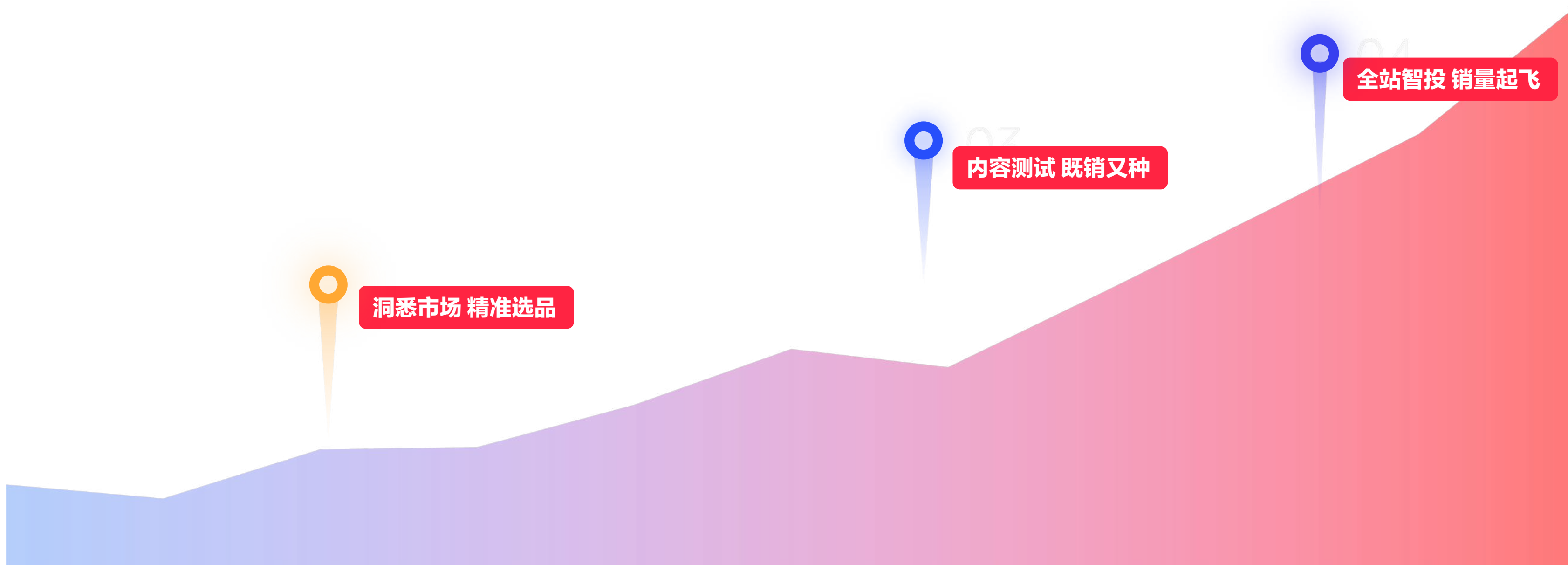
PART

TWO

# 项目执行重点

营销实施  
MARKETING IMPLEMENTATION

洞市场看自己**选爆品**——分人群测痛点**做内容**——**稳ROI冲GMV**



# 商销爆品怎么选? 洞悉市场

品线多, SPU多

分析相关病症热度

洞察咳嗽产品剂型

泌尿健康线

前列腺炎|尿频尿急|尿路感染



呼吸道健康线

咳嗽|慢性咽炎



内分泌健康线

甲状腺|甲减

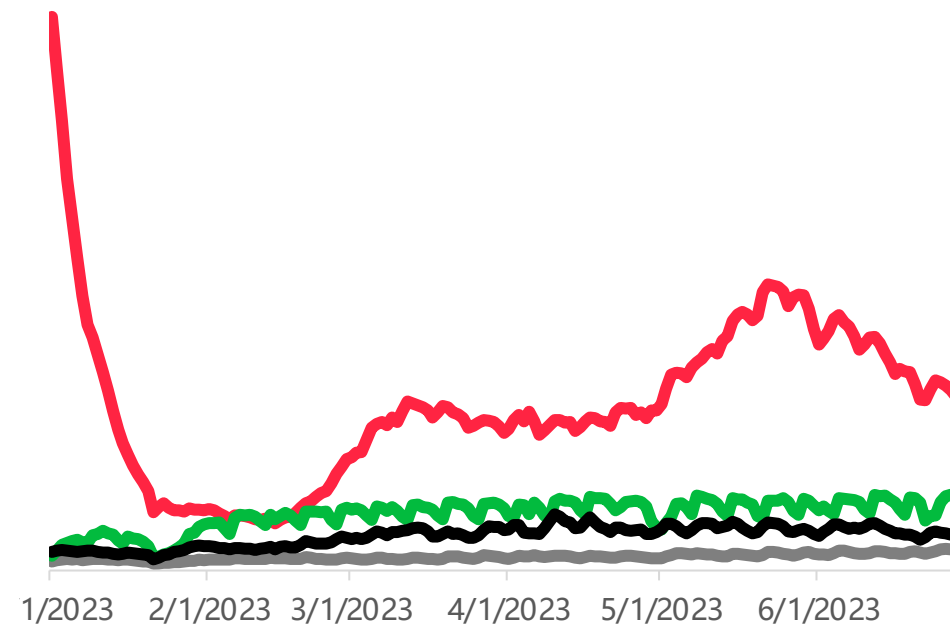


口腔鼻部健康线

鼻炎|牙敏感

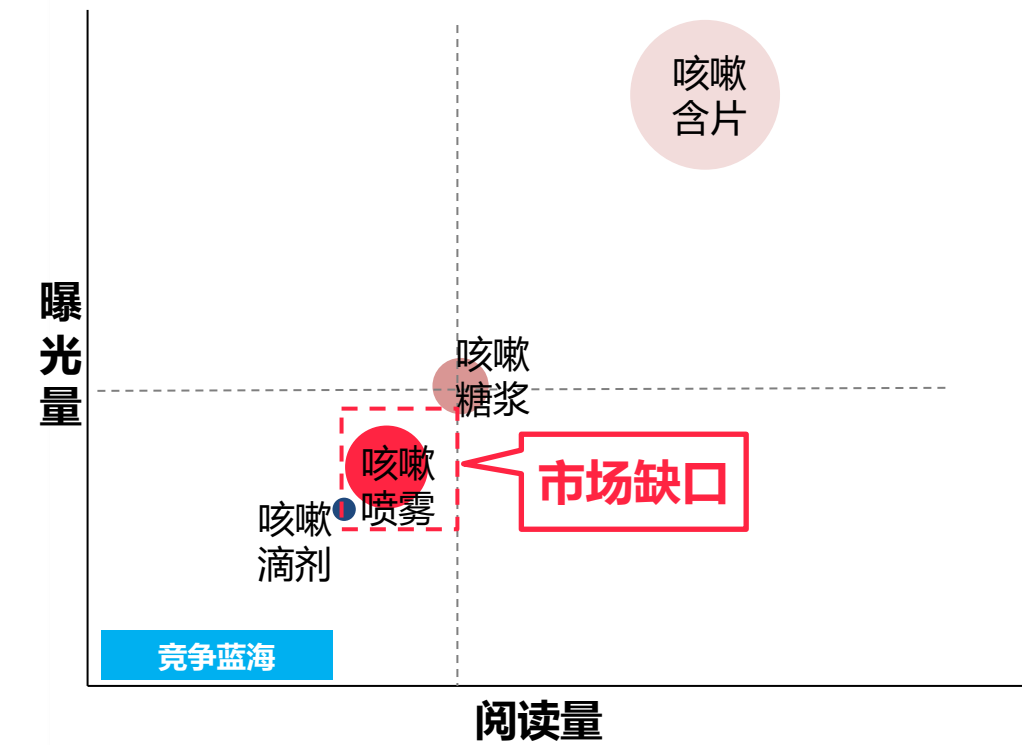


咳嗽|慢性咽炎热度高, 增速快



— 前列腺炎|尿频尿急|尿路感染    — 咳嗽|慢性咽炎  
— 甲状腺|甲减    — 鼻炎|牙敏感

咳嗽喷雾: 用户兴趣度高, 但站内内容少, 处于蓝海赛道



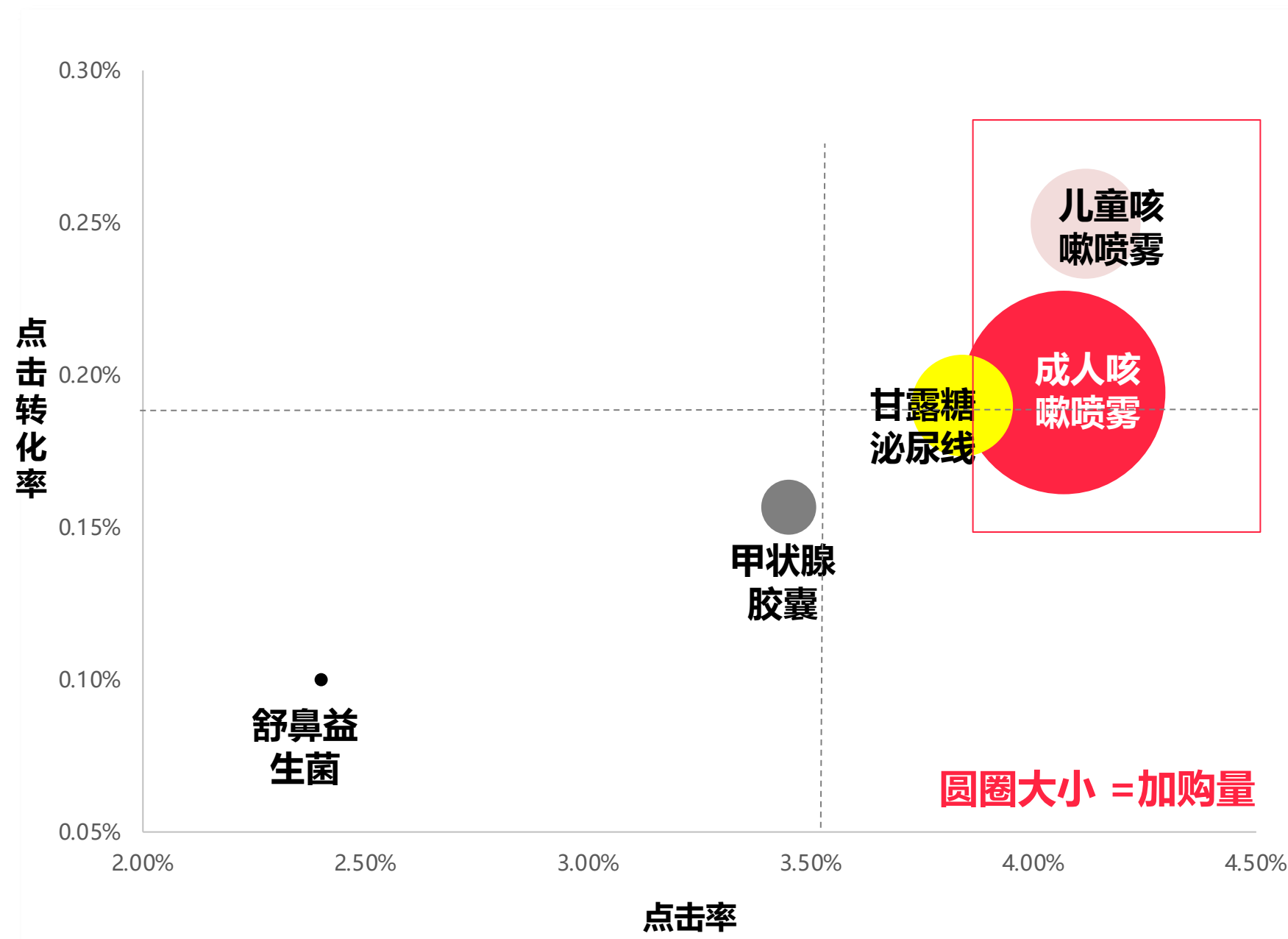
圆圈大小 = 互动量

# 商销爆品怎么选? 分析自己

结合市场环境和自身表现, 选定呼吸道健康线, 选定咳嗽喷雾

分析品牌过往SPU表现

分析重点SPU投放数据



成人咳嗽喷雾

加购量高, 如何增强转化率?

CTR X% 加购量 30

CVR A% 消耗金额 35 (脱敏指数)

CTR 1.01X% 加购量 10

CVR 3A% 消耗金额 10 (脱敏指数)

CTR高, 但加购少, 如何增加深度兴趣?



儿童咳嗽喷雾



# 商销内容怎么做? 细致

### 越痛越细越容易转化

#### 信息流

症状描述越精准，用户越容易被转化



#### 笔记钩子

- “咽喉的救命神器”
  - “咽喉问题”
  - “中成药配方”
  - “舒缓、保护咽黏膜”
- 产品向卖点

#### 消费者语言

- 痛点人群 “咽炎人”
- 解决问题 “咽喉相关”
- 产品优势 “中成药”
- 产品作用 “舒缓咽喉”

#### 笔记钩子

- “有痰咳不出”
  - “反反复复”
  - “大自然止咳药之一”
  - “含有3%粘液，隔离感染源”
- 人群向痛点

#### 消费者语言

- “有痰该怎么办”
- “咳嗽反反复复怎么办”
- “天然草本无副作用~”
- “有科学依据，有用!”

#### 搜索

搜索词越准确，ROI越高



咳嗽 ROI0.7  
慢性咽炎 ROI1.8



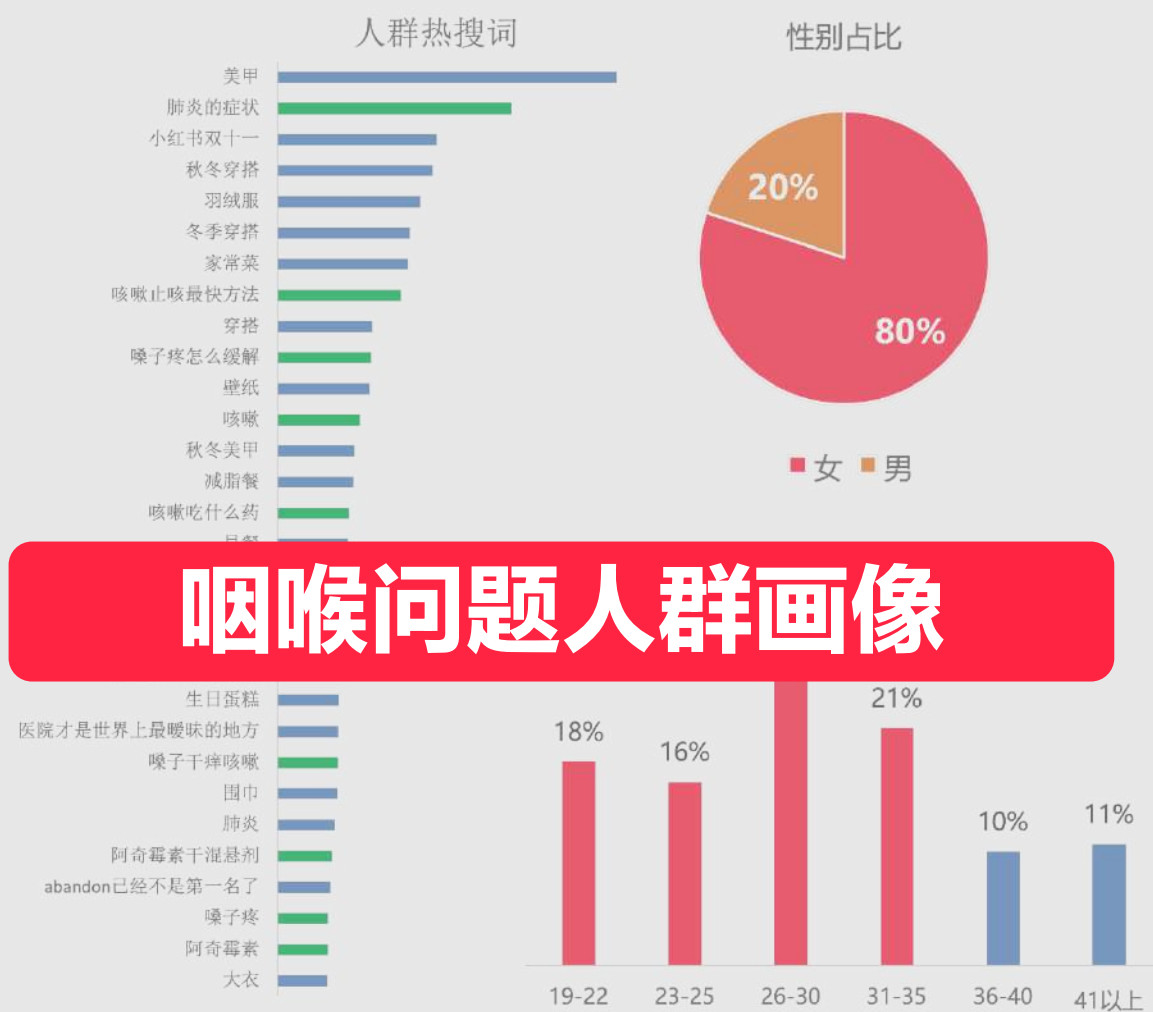
慢性咽炎咳嗽 ROI2.3  
咽喉炎有痰 ROI3.4

### 持续下探，拆解关注咽喉问题的人群痛点

#### 如何在全人群中发掘更多内容触点

- 产品有生命周期，用户有人生阶段，我们发现通过年龄区分是一个好入口;

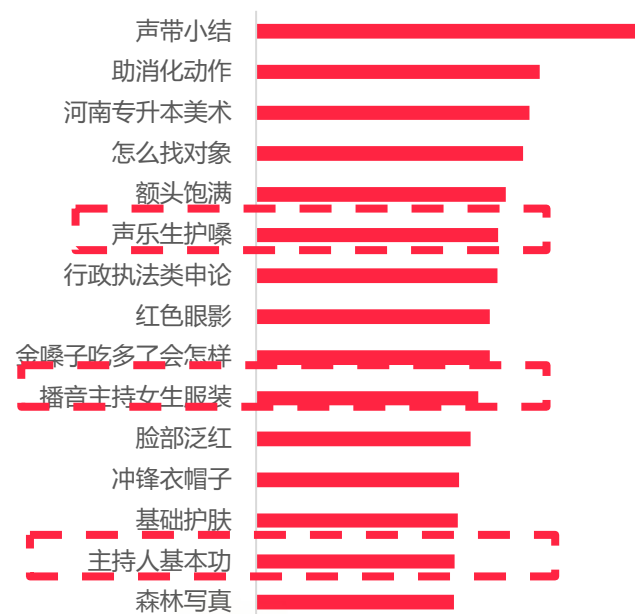
#### 咽喉问题人群画像



# 商销内容怎么做?

## 19-22岁 青春学生党

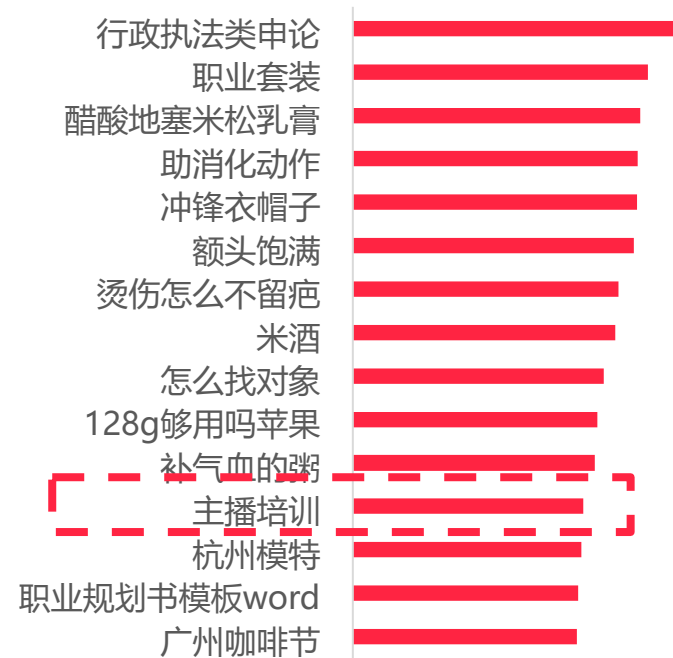
19-22 咽喉|嗓子相关人群 近30天热搜词



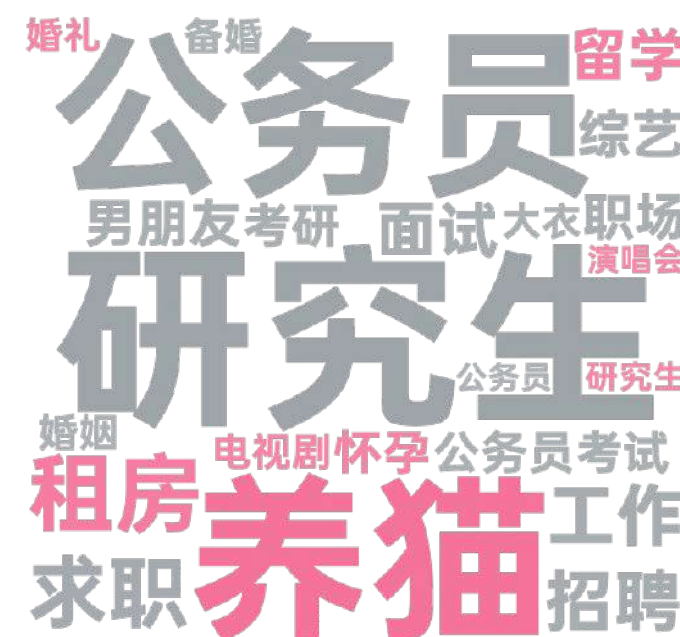
内容偏好



23-25 咽喉|嗓子相关人群 近30天热搜词



内容偏好



声乐生受损怎么修复

**核心痛点** 嗓子干 爽却咳不出来 药好得快 回事

「快速修复 日常养护 干痒咳嗽」

快速止咳

声乐生 声带 小结 嗓子干痒

高浓度人群-艺术生

用嗓过度 喉咙痛

**核心痛点** 咽炎 嗓子疼

「用嗓过度 咽炎 嘶哑」

喉咙干痒 嘶哑

高浓度人群-主播

# 商销内容怎么做?

## 26-30岁 轻熟小姐姐

26-30 咽喉|嗓子相关人群 近30天热搜词

- 谭木匠经络梳
- 醋酸地塞米松乳膏
- 小学古诗必备
- 儿童袜子秋冬推荐
- 补气血的粥
- 好用洗面奶
- 米酒
- 钢琴考级
- 烫伤怎么不留疤
- mac腮红
- 教师考编
- 小学奥数
- 佳能r50镜头推荐
- 补气血的粥
- 好用洗面奶

内容偏好



31-35 咽喉|嗓子相关人群 近30天热搜词

- 儿童袜子秋冬推荐
- 谭木匠经络梳
- 彩泥
- 芦丹氏粉霜
- 醋酸地塞米松乳膏
- 立体图形
- 九下历史第3课
- 米酒
- 吐司面包
- 好用洗面奶
- 蜀葵
- 钢琴考级
- 反黑
- 男孩写真
- 戒烟会发胖吗

内容偏好

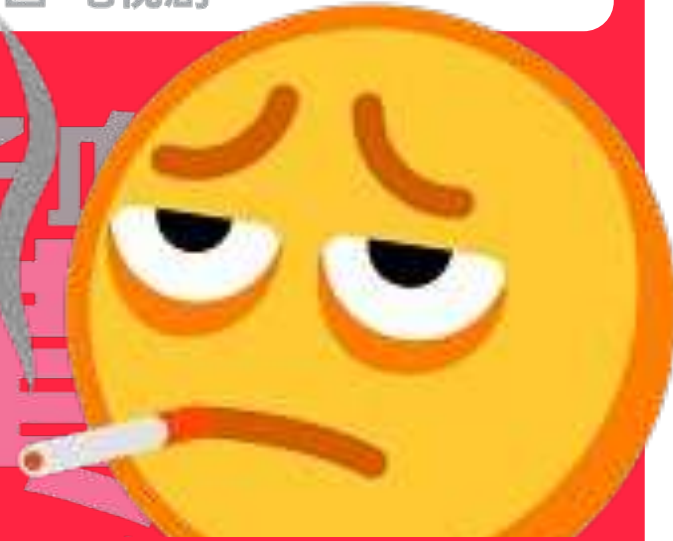


高浓度人群-教师

核心痛点

「有痰 干痒 慢性咽炎」

上课嗓子疼必备 嗓子疼 慢性  
 嗓子有痰 慢性  
 核心痛点  
 「黄痰 咳出血 慢性咽炎」  
 慢性  
 哺乳期嗓子疼  
 咳嗽黄痰 嗓子血腥味  
 嗓子一直有痰黏着



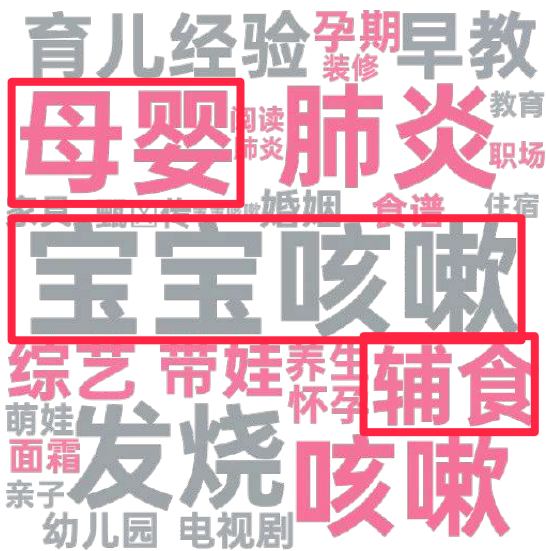
高浓度人群-烟民

# 商销内容怎么做?

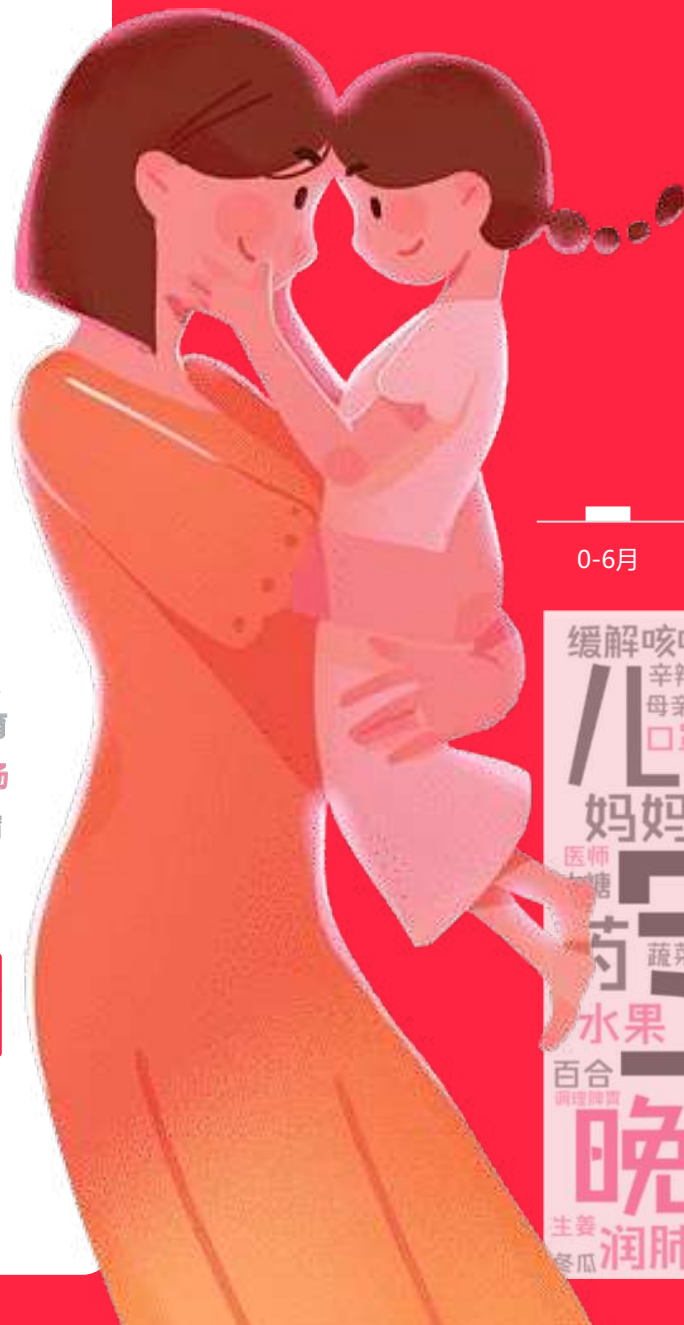
## 26-30 内容偏好



## 31-35 内容偏好



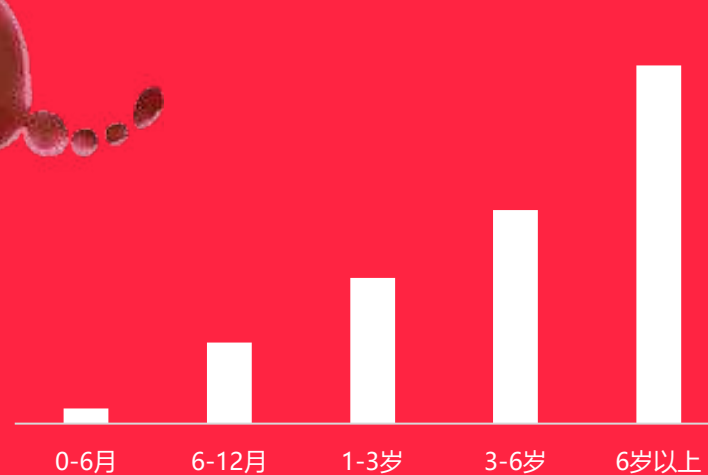
母婴需求凸显



## 核心痛点

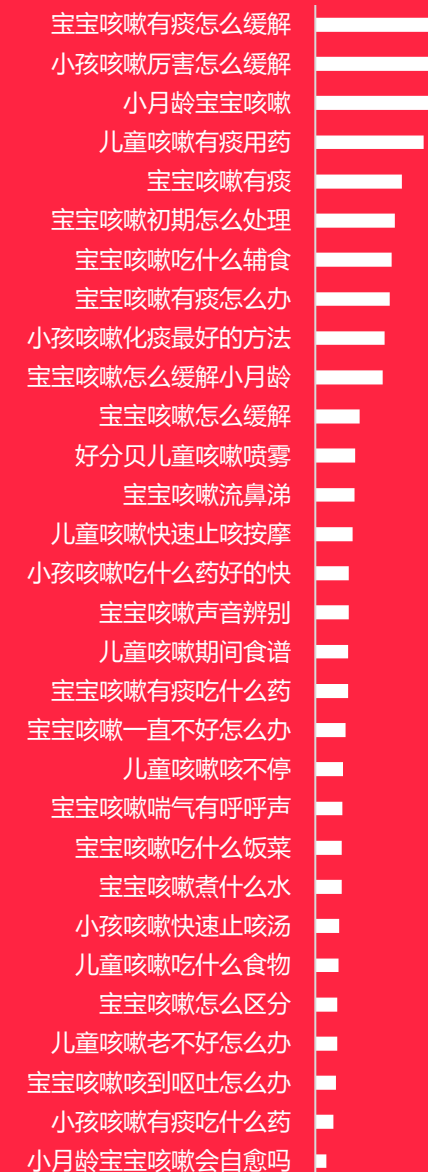
## 「宝宝咳嗽 消炎药 不吃药」

孩子年龄



儿童咳嗽|孩子咳嗽|宝宝咳嗽

搜索词



儿童咳嗽|孩子咳嗽|宝宝咳嗽

下游词



# 商销内容怎么测？

## 成人咳嗽 每类人群 X 2类场景 X 3类痛点

### 青春学生党 (19-22)

沟通对象：艺术生∩大学生

沟通场景：①声带小结  
②播音主持考生怎么护嗓

沟通痛点：  
①快速恢复 ②干痒灼烧 ③声带养护

### 应届校招生 (23-25)

沟通对象：主播

沟通场景：①过度用嗓如何保养  
②嗓子不适等情况怎么办

沟通痛点：  
①过度用嗓 ②嗓音嘶哑 ③慢性咽炎

### 轻熟小姐姐 (26-30)

沟通对象：教师∩声乐老师

沟通场景：①班主任带班经验  
②教师节礼物首选

沟通痛点：  
①干痒灼烧 ②咳嗽有痰 ③慢性咽炎

### 家庭掌门人 (31-35)

沟通对象：烟民∩咽炎人

沟通场景：①抽烟对嗓子的伤害  
②咽炎大救星

沟通痛点：  
①咳嗽有痰 ②异物感疼 ③慢性咽炎

# 营销实施

MARKETING IMPLEMENTATION

以ROI为衡量标准，赛马测试每类人群对应痛点问题是什么

艺术生∩大学生X干痒灼烧 ROI-1.5

主播X过度用嗓 ROI-1.7



8月 9月 10月

■消耗 — ROI

教师∩声乐老师X慢性咽炎 ROI-2.3



8月 9月 10月

■消耗 — ROI



8月 9月 10月

■消耗 — ROI

烟民∩咽炎人X慢性咽炎 ROI-2.0



8月 9月 10月

■消耗 — ROI

# 商销内容怎么测?

# 营销实施

MARKETING IMPLEMENTATION

以ROI为衡量标准，赛马测试转化效率最高痛点

儿童咳嗽 母婴人群 X 2类场景 X 4类痛点

## 久咳不治

沟通场景:

- ①孩子反反复复咳嗽
- ②长期咳嗽怎么办

## 半夜咳嗽

沟通场景:

- ①孩子反反复复咳嗽
- ②长期咳嗽怎么办

## 消炎药的弊端

沟通场景:

- ①产品的纯草本天然成分
- ②是药三分毒

## 不爱吃药

沟通场景:

- ①连孩子也爱吃的润喉喷雾
- ②简单易携带

久咳不治 ROI-2.5



半夜咳嗽 ROI-2.4



消炎药的弊端 ROI-1.7



不爱吃药 ROI-1.8

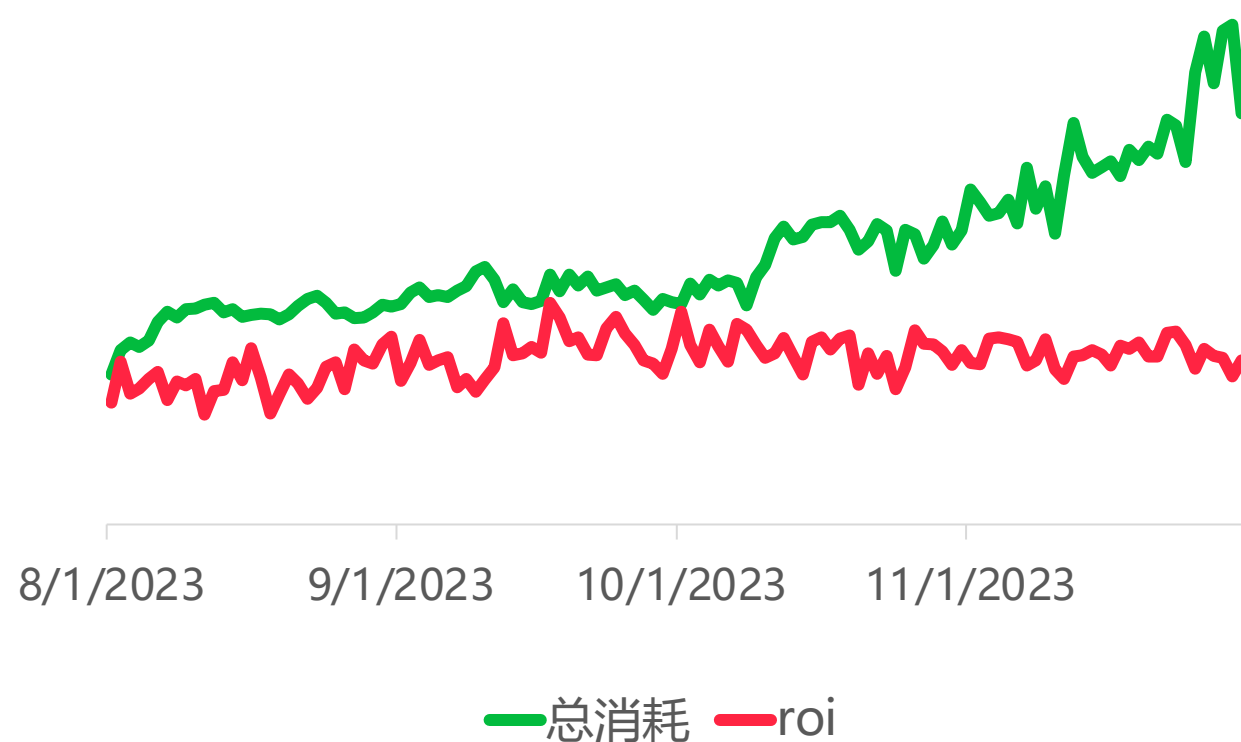


# 商销流量怎么拓?

## 优质内容 X 全站智投, 11月GMV破300w, ROI稳定2+

用前期测出来的高roi优质方向,使用全站智投的方式,扩大流量池,拓展更多人群

### 拓流量, 利用全站智投快速投放



### 拓人群, 利用优质内容方向通投站内人群





Nature' s answer x 小红书

与Nature' s answer一起,

解锁小红书商销高ROI的answer

PROJECT  
RESULTS

项目成果

PART

THREE

# 项目成果

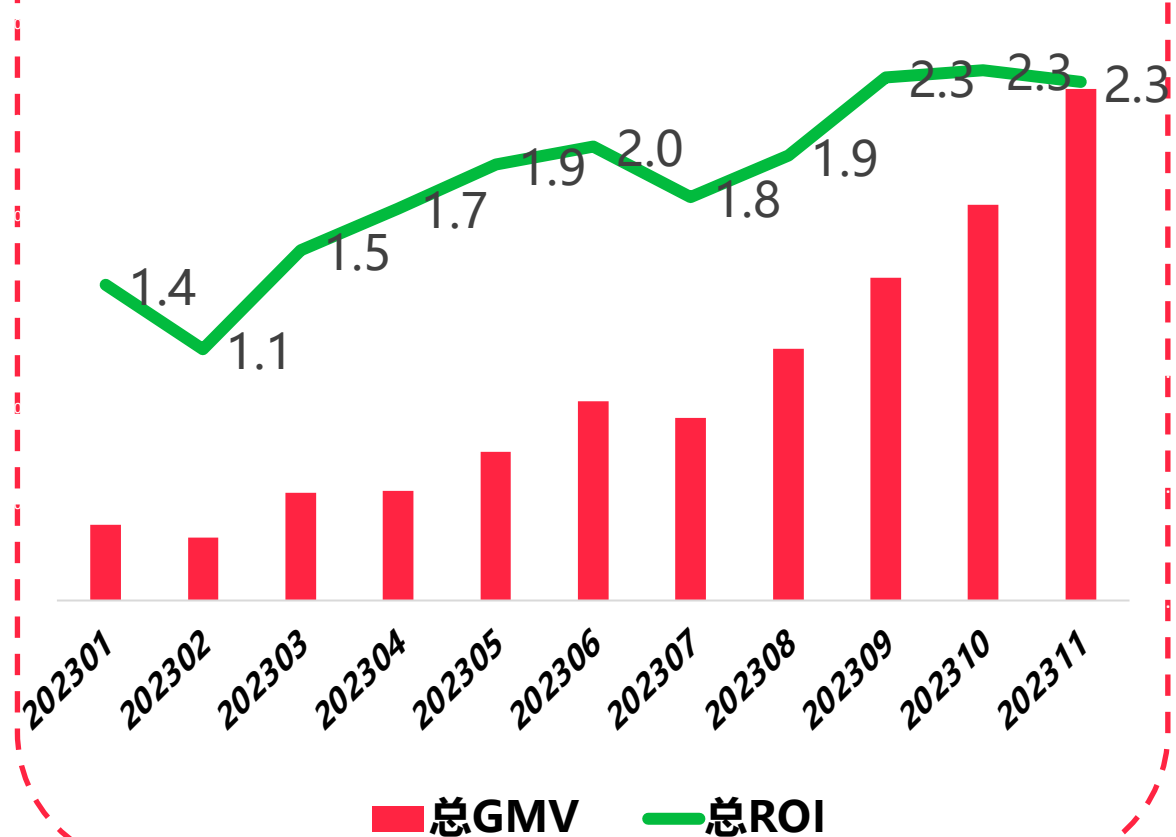
PROJECT RESULTS

## “既销又种，一石三鸟”

我们做到了消耗和ROI同时上涨

### 站内商销

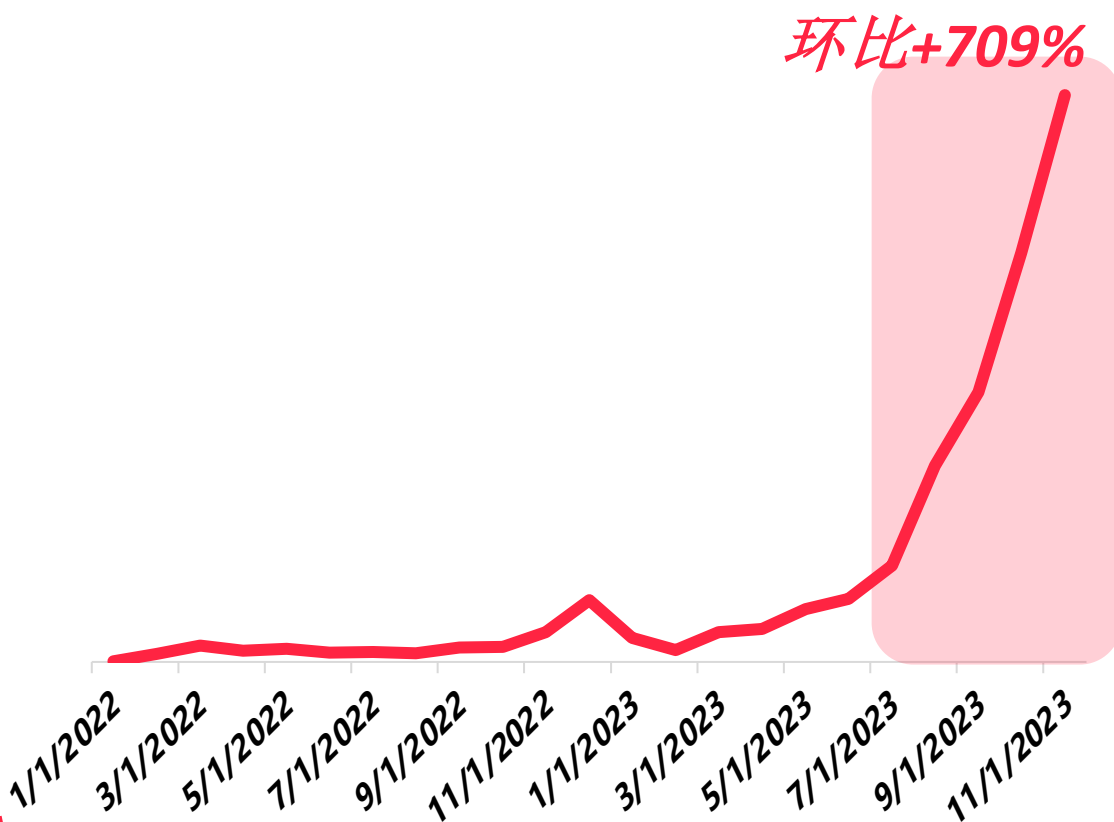
小红书站内数据表现



我们做大了站内声量

### 站内种草

小红书站内搜索量



我们做爆了站外生意

### 站外商销

2023年Q3

京东系,

小红书外溢成交额 **170万+**

阿里系,

小红书外溢成交额 **450万+**

Nature' s answer x 小红书

与Nature' s answer一起，

解锁小红书商销高ROI的answer

CASE  
REVIEW

案例复盘

PART

FOUR

# 最关键的三件事

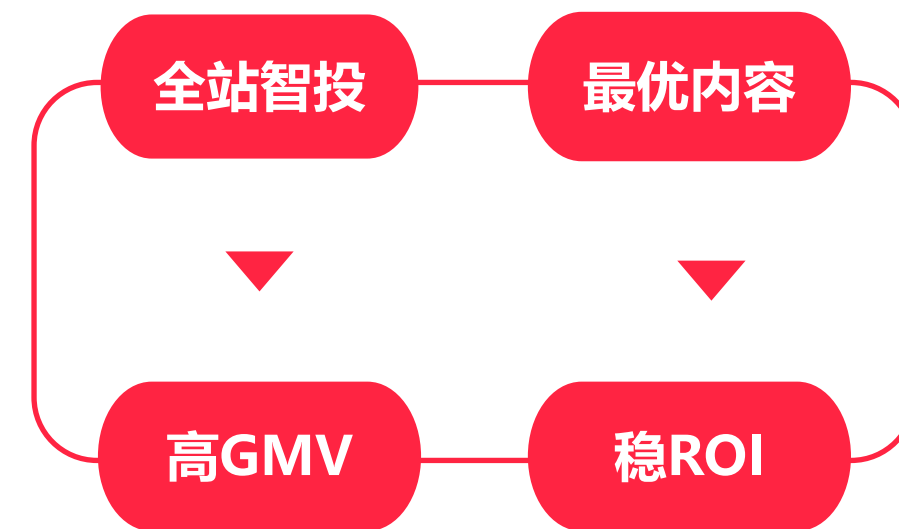
## 选品



## 内容



## 拓量



小红书

THANK YOU FOR WATCHING  
REDCASE

THANKS FOR WATCHING

MARKETING

MARKETING

小红书 - 商业部 | REDCASE

REDCASE