



小红书

制胜决策时刻

小红书品效合一·商业化手册

生态客户部

目录 CONTENTS

- 1 成长之路
- 2 决策时刻
- 3 营销工具
- 4 优质案例

小红书的成长之路

发展历程

全场景覆盖

高净值用户

使用场景

小红书

凭借真实、向上、多元的社区氛围
小红书已成为年轻人不可替代的

生活方式平台和消费决策入口
具有制造流行和热点的能力

发展历程：用户从0到破亿

小红书



小红书
在上海创立

2013.6

完成超3亿美元新一轮融资
估值超过30亿美元

2018.6

探索永不止步
精彩仍在继续

未来

2017.6

苹果商店购物类下载排名第1
用户破5000万

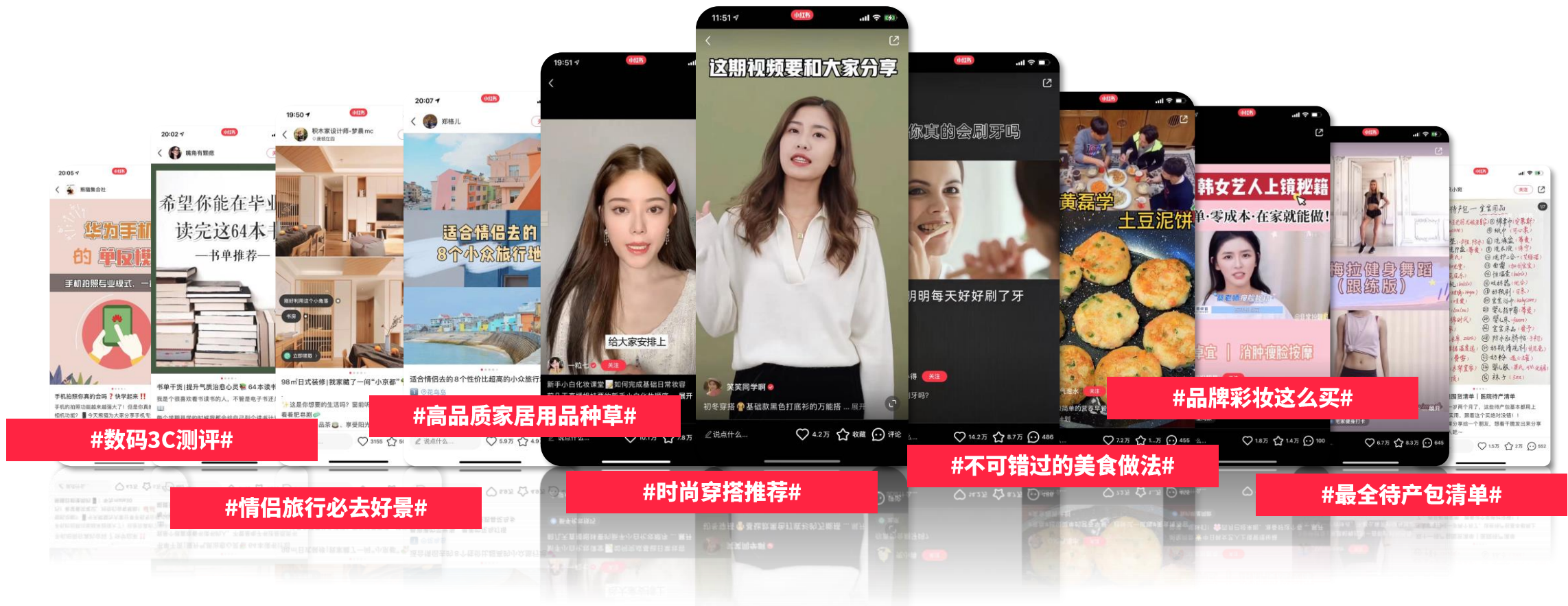
2019.10

小红书月活用户
已经过亿

全场景覆盖：只有想不到，没有看不到

小红书

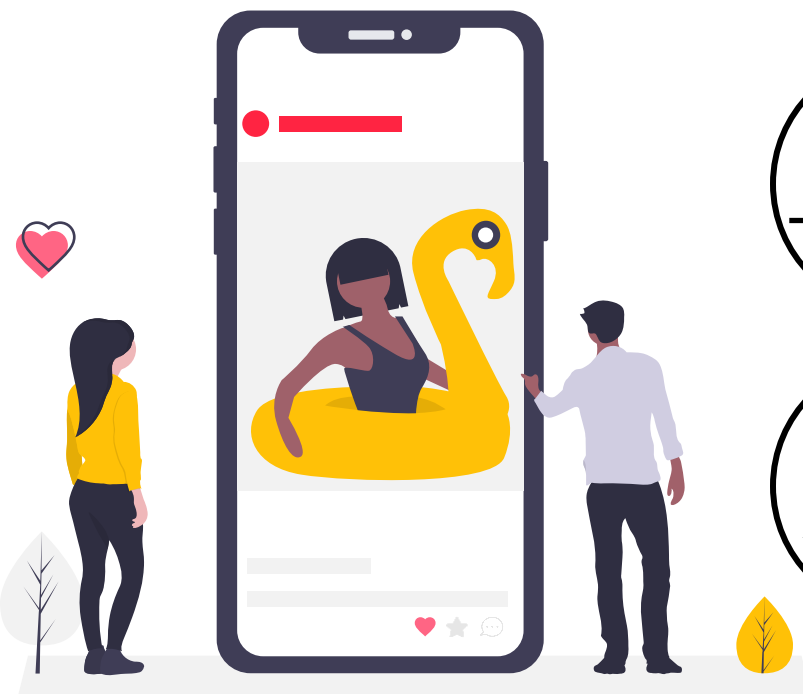
小红书社区覆盖**时尚、美妆、个护、美食、旅行、家居、健身、母婴**等各个生活方式领域



高净值人群：用户之间以真实分享相互影响

小红书

超1亿 月度活跃用户 3000万 KOC



50%
一二线城市用户

70%
用户为90后

分享者

110万+
新品相关笔记

200万+
试用评测笔记

关注者

80亿+
每日笔记曝光

3万+
每日Tag品牌次数

具有影响力的高净值用户，都聚集在小红书

使用场景：用户如何使用小红书？

小红书



小红书的决策时刻

内容营销路径

决策时刻

价值洼地

企业内容营销的完整路径

种草

决策

拔草

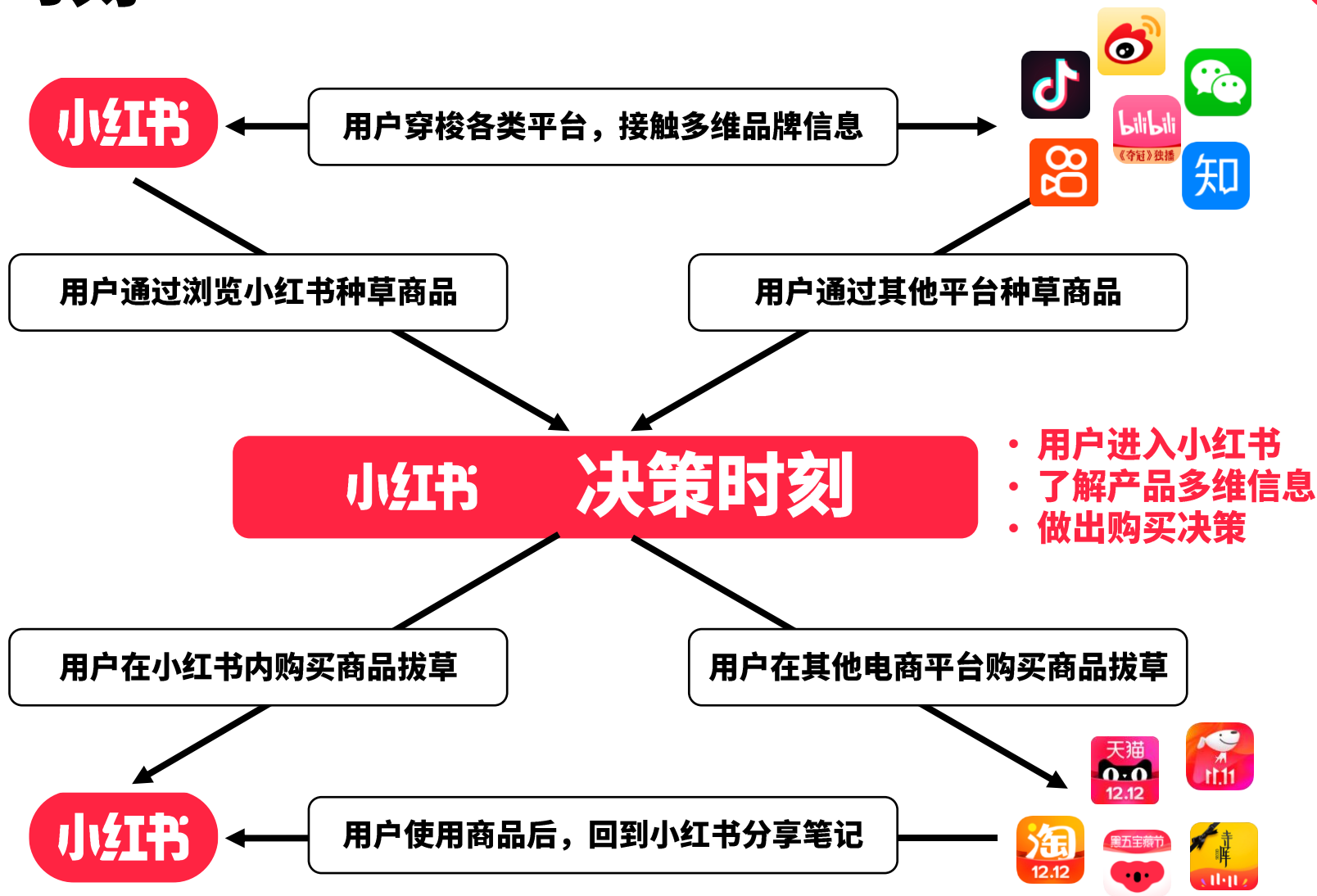


小红书

种草实力毋庸置疑
在用户决策环节
更具有唯一性价值

小红书的决策时刻

小红书



小红书的决策时刻是 用户消费链路上的关键一环

小红书能够贯穿用户【种草-决策-拔草】全链路，对用户消费行为有超高影响力

小红书在用户此链路中是帮助用户做出消费决策最有效的平台

过往，在小红书成功突围的企业 都曾找到影响决策时刻的价值洼地

PERFECT DIARY
BEAUTY

完美日记
借助KOL超车国际大牌

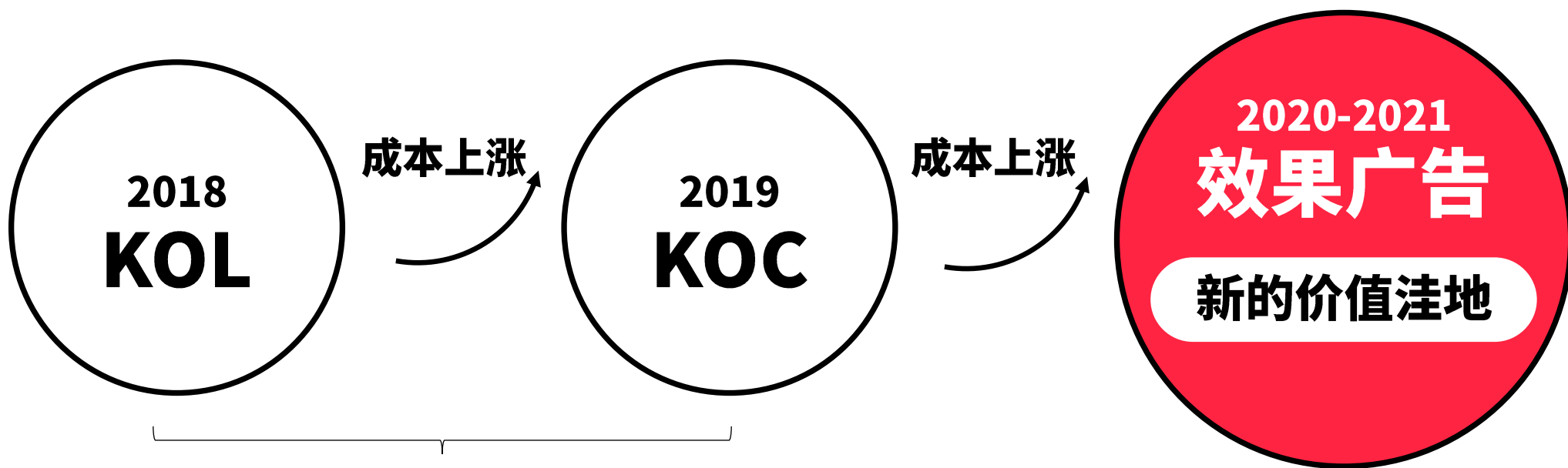
元气森林

元气森林
以KOC战术红遍全网

价值洼地随时代变化而迁移

小红书

寻找新的价值洼地



现阶段，单纯依靠KOL/KOC投放性价比不高

成本可控、性价比高

企业的营销工具

企业号

薯条

信息流广告

搜索广告

| 企业如何制胜小红书决策时刻?

小红书



企业号是什么？

小红书

企业号是企业在小红书进行内容营销的基础设施，承载优质笔记、粉丝聚集、话题营销、店铺展示等功能，企业可根据后台数据情况，动态调整运营方向。

主页头图

认证标识

话题

笔记置顶



数据后台

多功能组件区



店铺
点击跳转商城



线下门店
展示线下门店

认证小红书企业号

开启企业广告投放第一步

01

注册认证小红书
企业账号

02

提交投放资质
认证进行审核

03

搭建账户
开始投放

四步打造一个好的企业号

小红书

01

个性化人设

根据企业品牌调性
拟定个性化人设

企业号名称

企业号简介

私信沟通话术

02

丰富主页功能

根据品牌不同阶段需求
添加企业号插件功能

活动话题

店铺

自定义菜单

关键字回复

03

准备优质笔记

挑选主推产品
撰写多篇优质笔记

封面有亮点

图片人景结合

导语精简

标题突出关键字

正文有用有趣

添加热门话题

04

开始笔记投放

测试、筛选优质笔记素材
加大曝光，触及意向用户

薯条

信息流广告

搜索广告

企业号对于企业营销有什么价值？

小红书

01 树立企业鲜活人设

以独特的企业人设与用户沟通
形成强烈的品牌差异化印象

02 构建企业内容矩阵

汇总优质笔记（图文+视频）
沉淀价值内容，长效影响用户

03 深耕粉丝营销

基于企业号功能@我、私信、话题
与用户形成互动，提升品牌热度

04 企业营销卡位

在搜索页、搜索结果页、品牌页
引导关注，拦截用户

05 建立心智&转化交易

以笔记种草、引导销售、私信营销
等形式，促成品牌粉丝形成转化

06 数据驱动运营革新

围绕品牌粉丝、笔记、话题进行
多维度数据分析，修正运营方向

信息流广告是什么？

小红书

信息流广告位于小红书发现页中，以算法推荐形式进行内容分发，帮助企业更好的**加大优质笔记曝光**，触达**更多用户**。



符合用户浏览习惯



点击进入推广内容

让优质笔记充分曝光



触发方式

用户在发现页探索新的消费内容与生活灵感



创意样式

社区发现页场景：图文or视频笔记

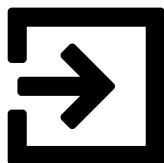


广告展现位置

社区发现页场景：从6起顺位+10依次递增

信息流广告对于企业营销有什么价值？

小红书



定向投放

精准触达

筛选需求目标人群
让推广效果事半功倍



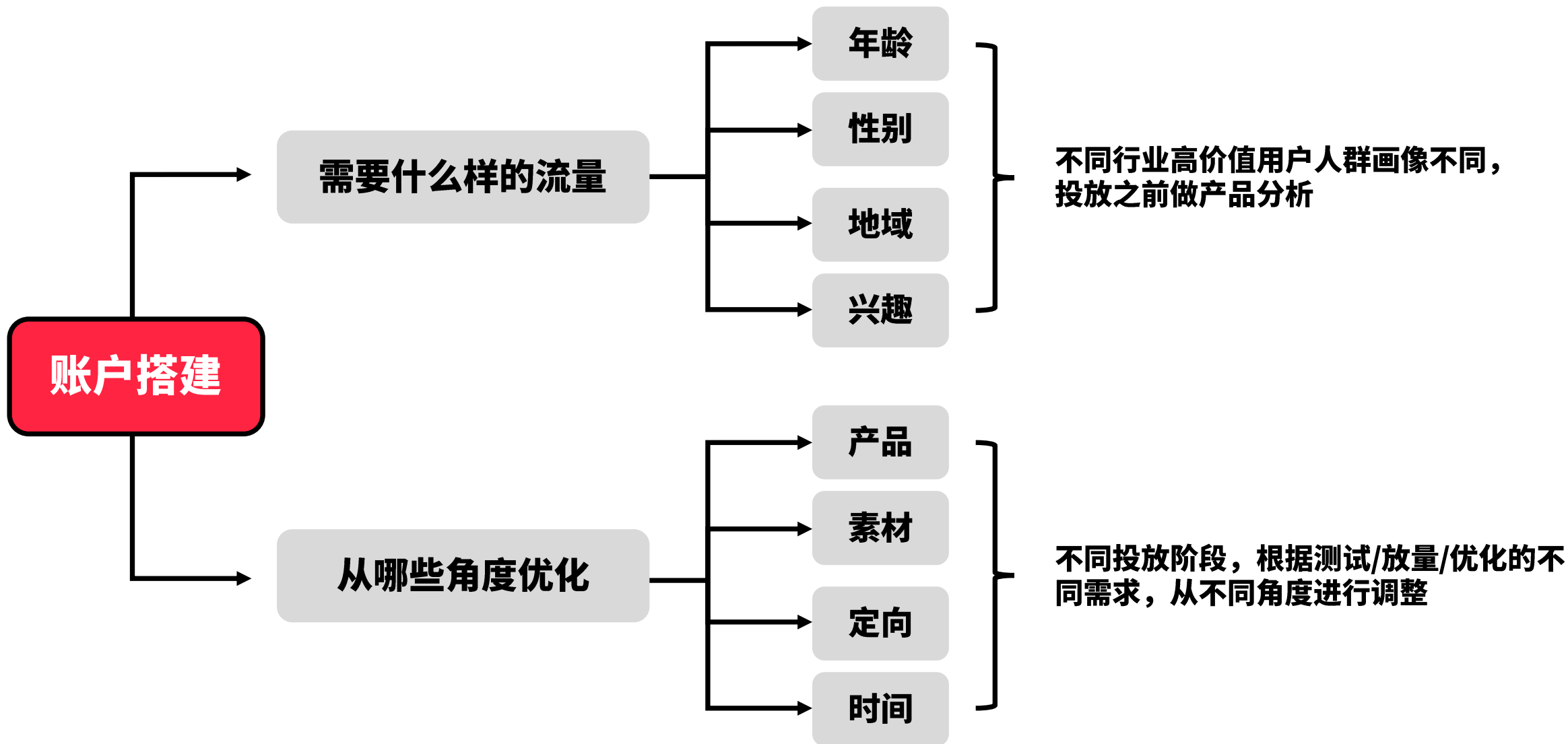
全面通投

拓客破圈

拓宽产品固定族群
打破品牌圈层束缚

账户搭建基础思路

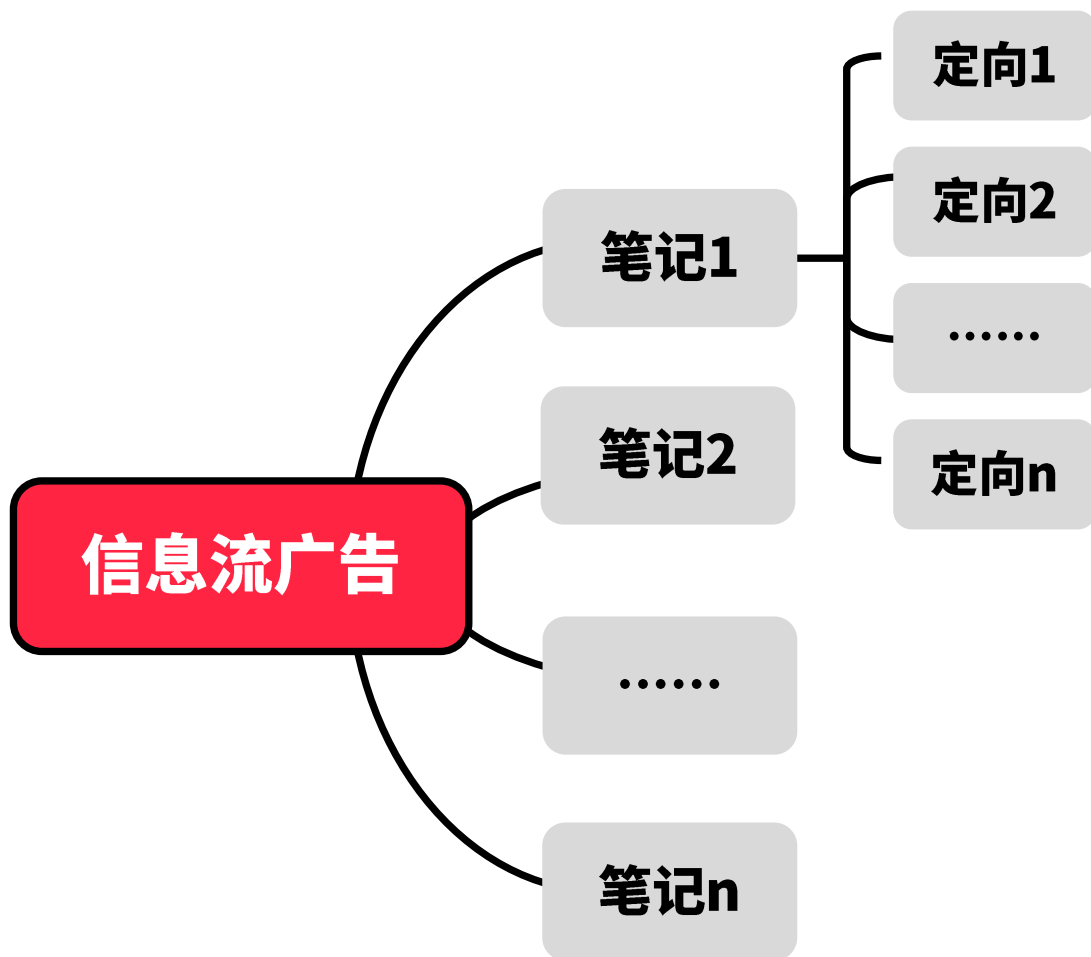
小红书



信息流广告账户推荐结构

小红书

按照**素材维度**来搭建账户，保证一篇笔记在相同的定向选择下只有一个计划。



搭建误区

切忌相同笔记相同定向重复建计划

造成影响：

计划之间发生竞争，造成单个计划成本波动，往往运营通过频繁关停稳定成本，最终造成放量不稳定。

搜索广告是什么？

小红书

搜索广告是通过用户主动搜索关键字而展现的一种广告形式。企业可通过**采买品牌词、品类词等关键字**精准触达意向客户，形成预期转化。



输入关键词



搜索弹出广告

不错过每一个意向客户



触发方式

用户在搜索框输入感兴趣的搜索词，广告系统会拆分识别出有价值的商业词汇



创意样式

社区发现页场景：图文or视频笔记 / 自定义图片/商品卡片



广告展现位置

社区搜索场景：从3起顺位+10依次递增

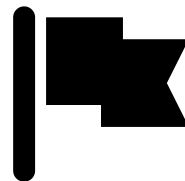
| 搜索广告对于企业营销有什么价值？

小红书



锁定高消费意愿用户

用户主动检索品牌、品类及商品相关信息
消费意愿更为强烈，转化可能性更高



关键词卡位与拦截

锁定企业品牌关键字、品类关键字
建立企业品牌护城河，拦截竞品流量

| 搜索广告账户推荐结构

小红书

按照**词性**来搭建账户，保证不同关键词匹配的出价和素材是有竞争力的。



搭建误区

切忌不同词性关键词杂糅在一个计划中

造成影响：

核心词出价高&搜索量大，在预算有限的情况下会快速跑完预算，导致有潜力转化的长尾词没有机会展现，最终拉高整体成本

合作伙伴的优质案例

效果广告

薯条

效果广告·品牌合作案例

AOEO

PMPM

Ubras

Lola Rose

BISSELL必胜

追觅

evereden

AOEO·立志于品牌建设的国货护肤品

护肤

小红书

最大化内容种草效率

以垂类达人背书+用户实测笔记，配合流量采买增加优质内容的曝光，快速触达尽可能多的目标群体，营造品牌力。

垂类博主
品牌背书

用户实测
坚实口碑

打造爆文
占领品类词

低于0.3元
点击
成本花费

10倍
小红书站内
品牌声量提升

1115倍
对比去年双11
GMV增长



垂类博主



爆文占领搜索品类词



用户实测

PMPM·探索世界的护肤品

护肤

小红书

抓住年轻群体眼球

从“去往世界，探索世界”的品牌故事出发，塑造护肤界的“discovery”，探索世界各地天然有效的护肤成分，打造别具一格的护肤X+Y+Z理念

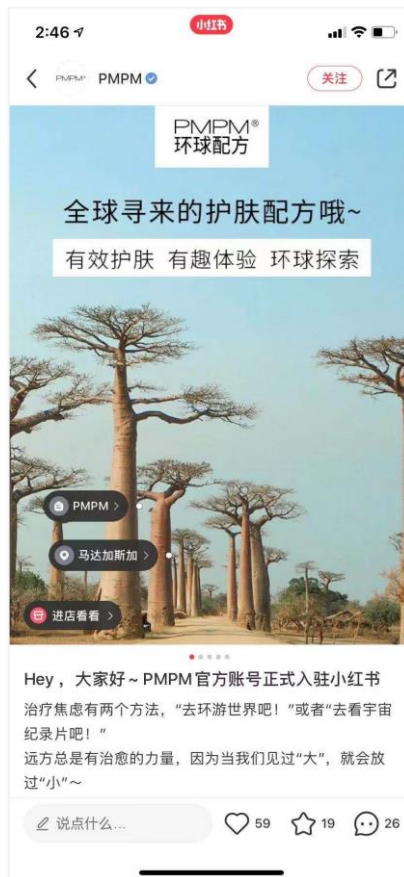
企业号打造
品牌故事

KOL种草
打造爆品

高颜值图文
配合推流

3000万+
单篇笔记
站内曝光

4倍
小红书站内
品牌声量提升



企业号笔记



KOL种草



高颜值图文

Ubras · 舒适好穿的女性内衣

内衣

小红书

以丰富内容触及用户

针对Ubras新品推广，以素人、KOL、明星产出笔记内容进行持续渗透，打造小红书TOP1内衣品牌。

素人
真实口碑

KOL
引发兴趣

明星
引导消费

搜索&直播
促进转化

336%
站内品牌
搜索量

低于0.5元
2个月
平均点击成本

3倍
站外溢出热度
同比站内热度

5000万+
2个月
累计增加曝光

300万
超级单品日
小红书站内成交



代言人种草



KOL测评



用户推荐

Lola Rose·女生都应该拥有的小绿表

钟表&时尚配饰

小红书

明星效应最大化

集合郑爽、杨采钰等众明星集中穿戴种草，塑造“小绿表”核心词，后期配合KOL持续引爆口碑。

明星穿戴
场景示范

小绿表
核心词塑造

KOL种草
坚实口碑

搜索词拓宽
聚拢泛需求

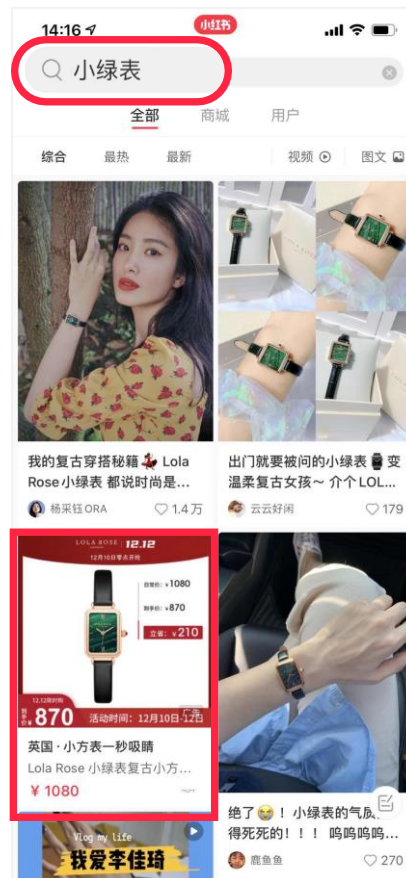
3000万+
单篇笔记
站内曝光

低于0.25元
点击
成本花费

TOP10
站内同品类
品牌热度



明星笔记



搜索投放



用户晒单

BISSELL必胜·双11全网售罄的洗地机

清洁家电

小红书

品类认知快速开拓

刚进中国的美国百年家居清洁品牌，以优质笔记+搜索占位，快速完成洗地机品类开拓，形成销量爆发。

聚焦用户
深层需求

制定品牌
专家形象

真实体验
激发欲望

关键词
搜索占位

10倍
全网成交额
同比2019双11

全网售罄
高端洗地机产品
双11前10分钟

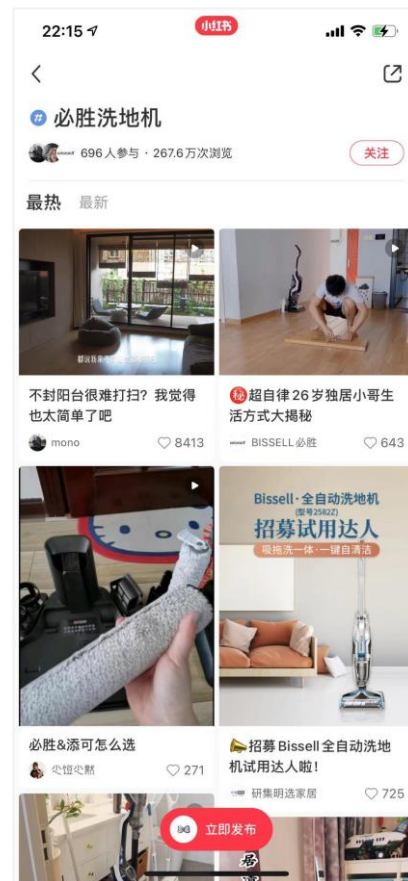
TOP1
天猫官方预售
洗地机类目



KOL优质笔记



双11好物推荐



话题标签页

追觅·备受追捧的国货之光

清洁家电

小红书

分时段内容推广

分析目标人群行为路径，根据大促前种草，大促中拔草的消费链路，分时段制定精细化投放计划。

大促前种草
投放深度评测类型笔记

大促中拔草
投放引导消费类型笔记

5272%
双11当日
GMV同比增长

1分钟
超越去年双11
全天销售

1小时
超越去年
双11整月销量



追觅企业号



腰部KOL发声



尾部KOC分享

evereden·纽约高端母婴洗护品牌

母婴

小红书

构建品牌温情人设

借助育婴专家+妈妈产出优质笔记，为品牌调性增加温情人设，快速获得目标群体认可。

推出抚触油
打造爆品概念

育婴专家+妈妈
内容矩阵

塑造亲情人设
拉近用户距离

TOP3
2020年双11
儿童面霜销量排名

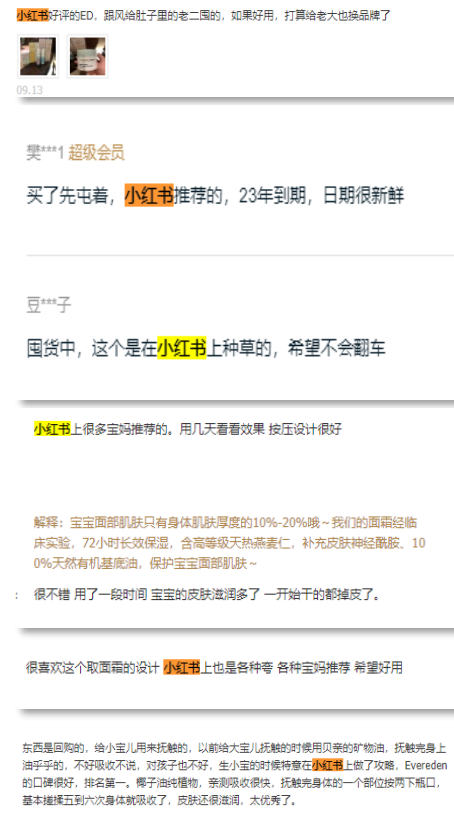
3.5倍
小红书站内
品牌声量提升



育婴师科普教育



明星孙怡VLOG背书



天猫&京东评论区
大量提及小红书



小红书

谢谢聆听·期待合作

快和小红书一起，制胜品牌决策时刻

生态客户部