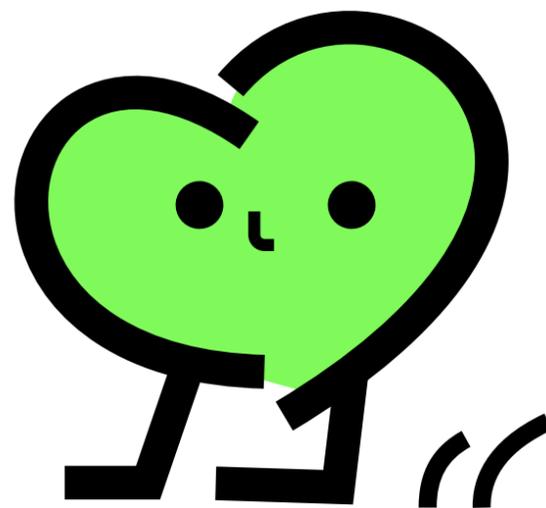


最新小红书流量

快速获取「三步法」



目录

从0到1快速起号

流量助力转化

降本增效的各种方式



流量逻辑

小眼睛	流量池等级	解释分析
0-200	初始流量池	若长期在100上下，则需要检查内容是否违规及内容、选题定向
200-500	基础流量池	添加对应标签；在首图/标题/正文中增加相应关键词，增加搜索权重
500-5000	千人流量池	可通过添加个人观点/情感/表达或故事性元素提升用户共鸣
5000-2w	万人流量池	有潜力笔记，进入人工审核阶段
2w-20w	潜力流量池	小热门笔记，分析爆款元素，应尝试后续笔记添加，复制爆款
20w-500w	热门流量池	大热门笔记，有爆点爆更
500w-1200w	爆款流量池	大爆款笔记，能够引起用户共鸣和广泛传播

流量逻辑

CES

评分体系

是什么？

• • • • •

点赞*1

收藏*1

评论*4

转发*4

关注*8

流量逻辑

上线7天后流量下降明显，

30天后信息流侧不再出现，仅在搜索侧被动触发展现；



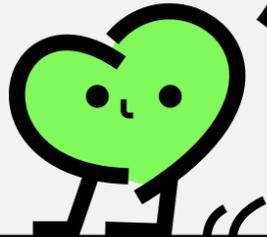
*数据来源：小红书商业数据后台

流量逻辑

商业流量加持后的表现

商业流量在笔记发布48H加持，与自然流量加乘，能大幅度提升笔记曝光量，大大延长笔记生命周期



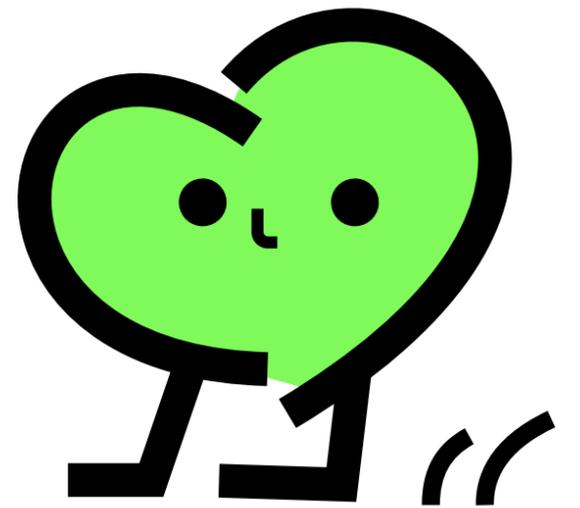


从0到1快速起号

小红书上的营销方式

商品销售

线索营销



从0到1快速起号

1
账号
布局

2
账号
定位

3
对标
账号

4
熟悉
规则

5
输出
价值

商品销售落地点

B端企业号

K端商业内容

营销方法论

**人群反漏斗
破圈**

KFS

线索行业布局体系

主页装修

高赞笔记

数据漏斗

阶段性观测的指标

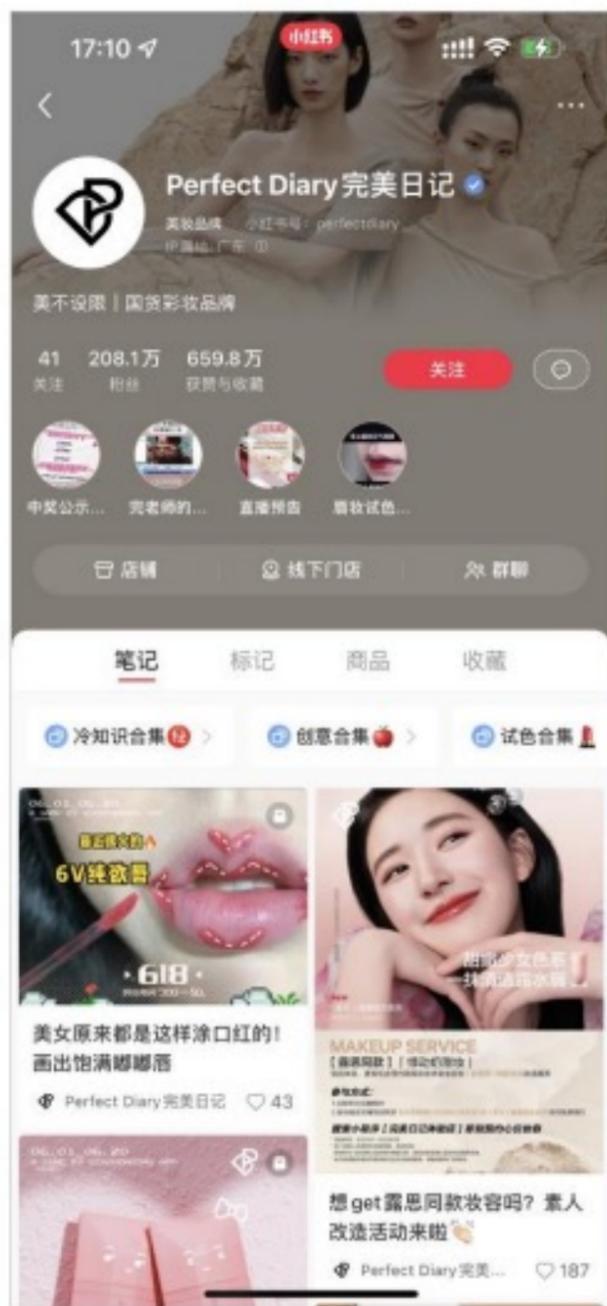
点击率

互动率

转化率

企业号装修

通过数据分析发现，与私信广告有过交互行为的用户中，**73%**都是进入品牌主页进行深度浏览！



企业名片

头像	品牌logo或产品图
昵称	品牌名称
简介	精炼描述品牌特色、账号定位、服务优势等
背景图	企业实景/品牌风格展示
蓝v身份	官方审核身份加强可信用度

轻量化分享区

瞬间 轻量化分享产品上新、打卡动态、门店活动等

服务互动区

店铺、线下门店、群聊

内容资产与商品服务区

笔记页	商家自有资产，打造品牌故事，分享最新商家动态
标记页	侧面展示品牌形象（品牌在社区中的用户声量）
商品页	展示电商的商品与服务，促进用户下单转化
收藏页	补充品牌角色，将有价值的内容集中打包展现给用户

告诉用户“我是谁”

“我能提供什么价值/内容/产品”



← 认领线下门店

展示门店地址与电话
提高用户到店效率



← 1个免费商业话题

话题活动增强站内声量
沉淀优质内容传递品牌口碑

高赞笔记



家居展厅探店 | 佛山人都来这里买家具 🚗

选家具困扰的装修小白快看过来

佛山人都在这买家具！

10000平...

说点什么...

❤️ 3 ⭐️ 2 💬 14



佛山买家具懒人攻略 (二) —— 工厂篇

✅ 前言：一定要先去罗浮宫看款式，留存款式照片，体验过原版的高品质再去工厂店寻求高

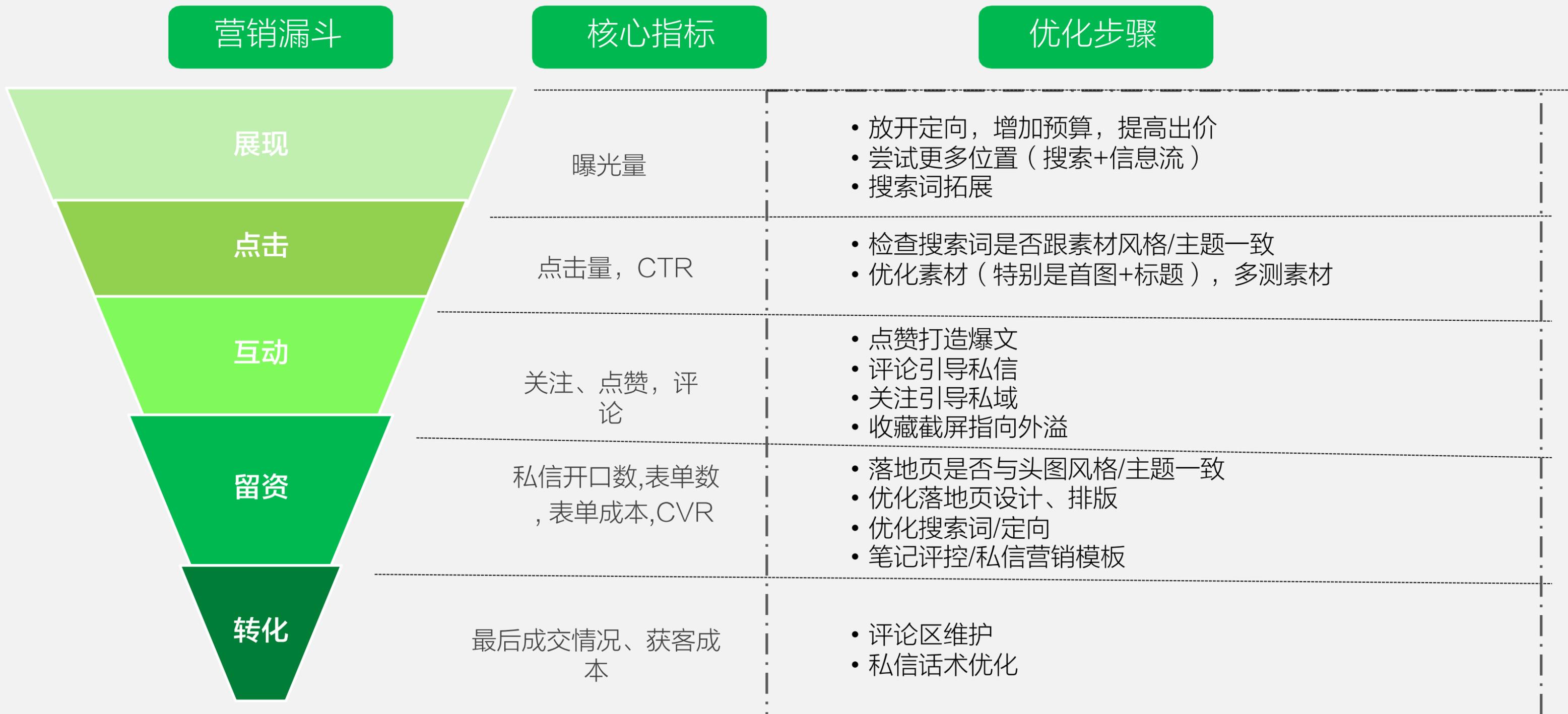
比... 一般工厂都可以有刻出市... 且终选哪家还且即

说点什么...

❤️ 3578 ⭐️ 5783 💬 1185

客资-投放数据漏斗

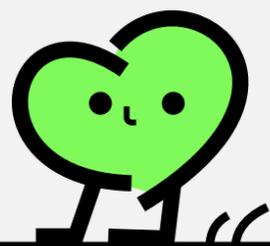
漏斗的每一步，对应去看降低成本!



点击率

一级行业	二级行业	CTR	CPC	CPM	CPE
家居建材	家装主材	7.00%~12.09%	0.48~0.83	45.94~79.30	7.95~13.73
生活服务	摄影写真	6.36%~9.22%	0.61~0.89	50.09~72.57	12.67~18.36
教育培训	语言及留学	4.57%~7.18%	0.99~1.56	60.52~95.22	21.13~33.25

流量助力转化



适合商品转化的笔记

内容多维

互动反哺

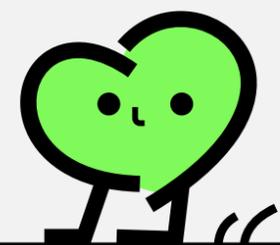
数据赛马

适合客资转化的笔记

我是谁

关键词

差异性



降本增效的各种方式

商品-群促转化交易

群新人券

群内购

分享商品
笔记

群内晒单

展示直播动态

小红书私域群聊核心商家价值

领先一步，**瓜分亿级流量激励！**



有群聊 vs 无群聊
GMV贡献超30%以上

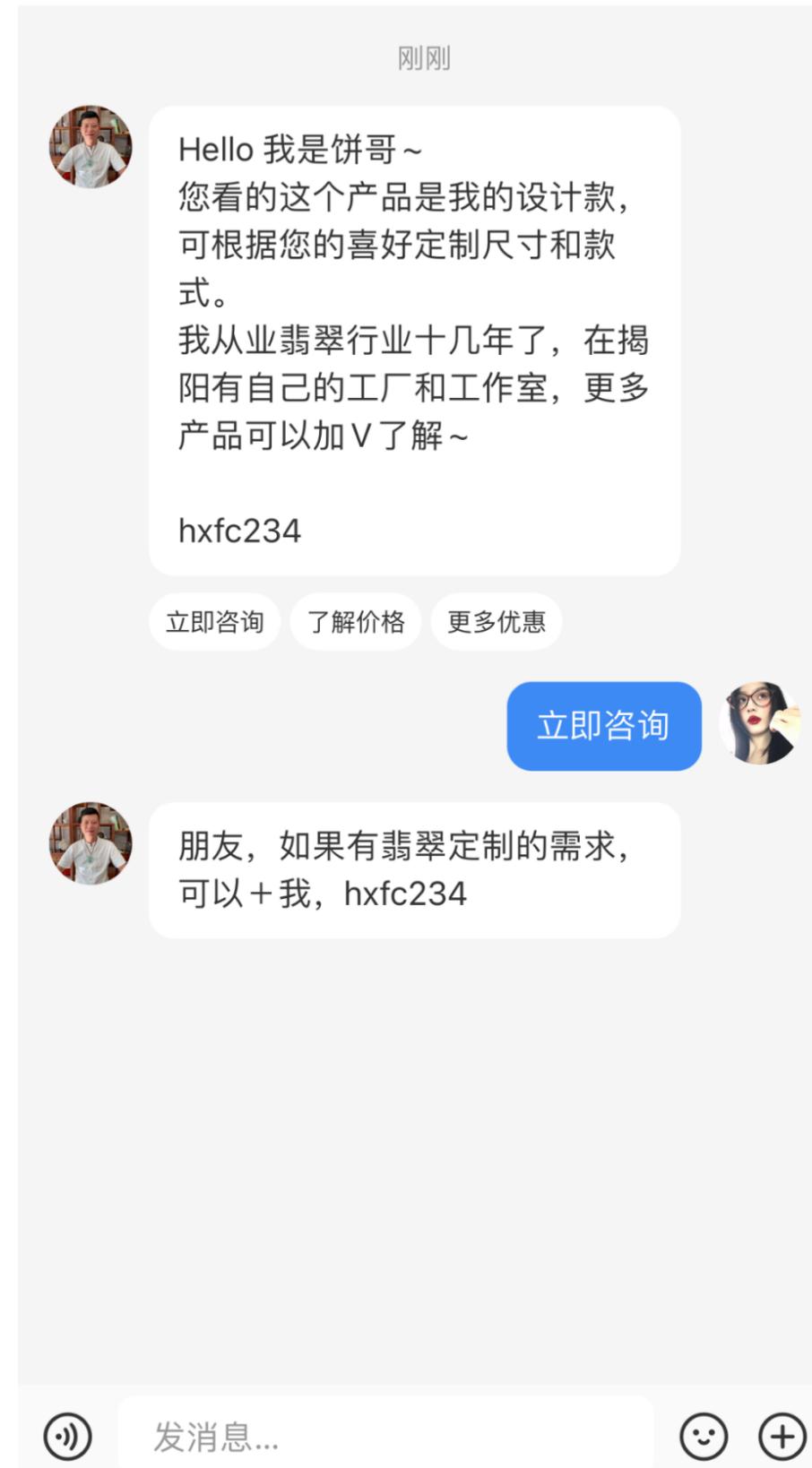
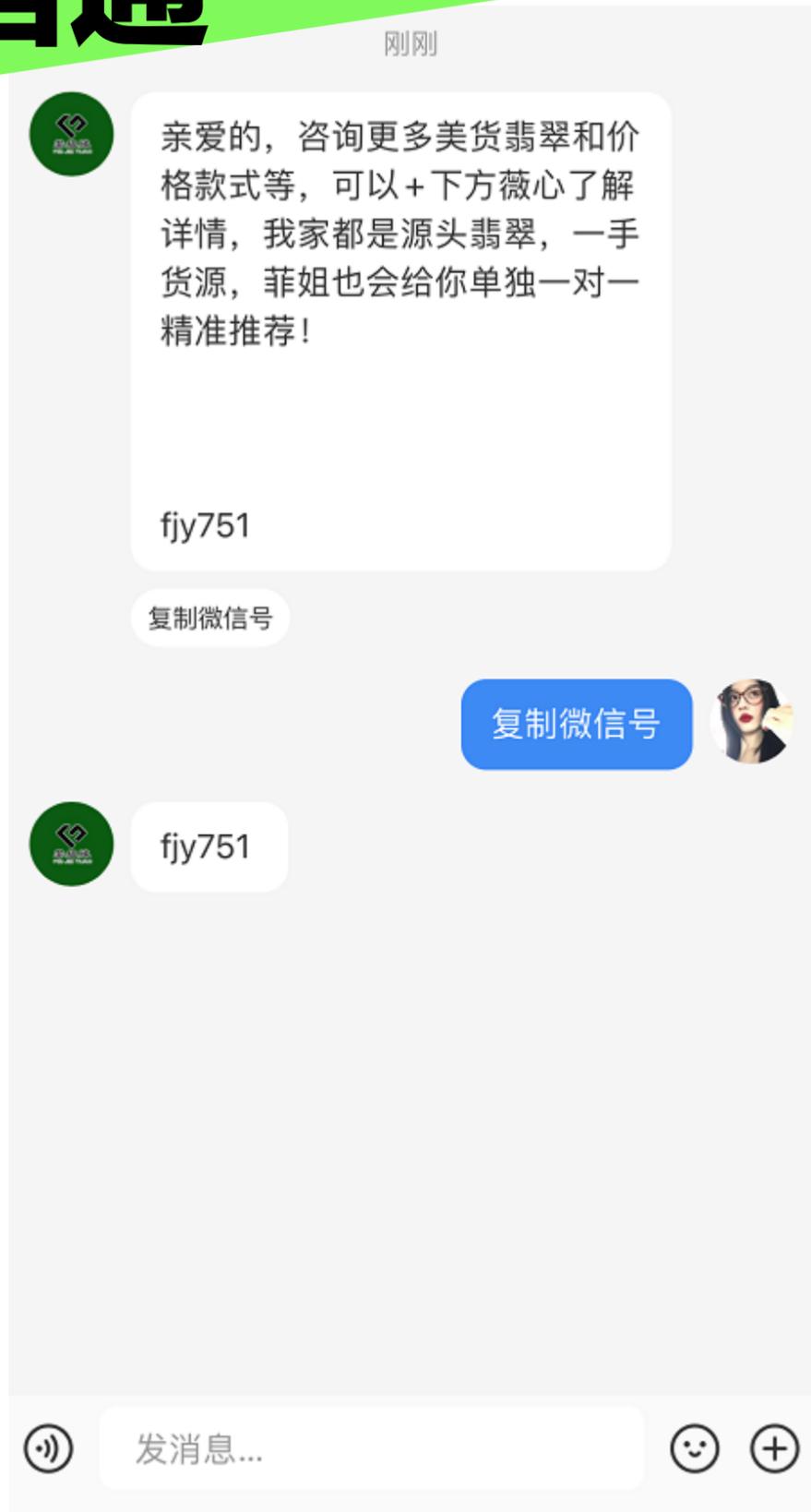


群友1000以上
直播冷启 & 投广ROI
领先大盘3倍



群聊用户
复购率提升2.5倍

私信通

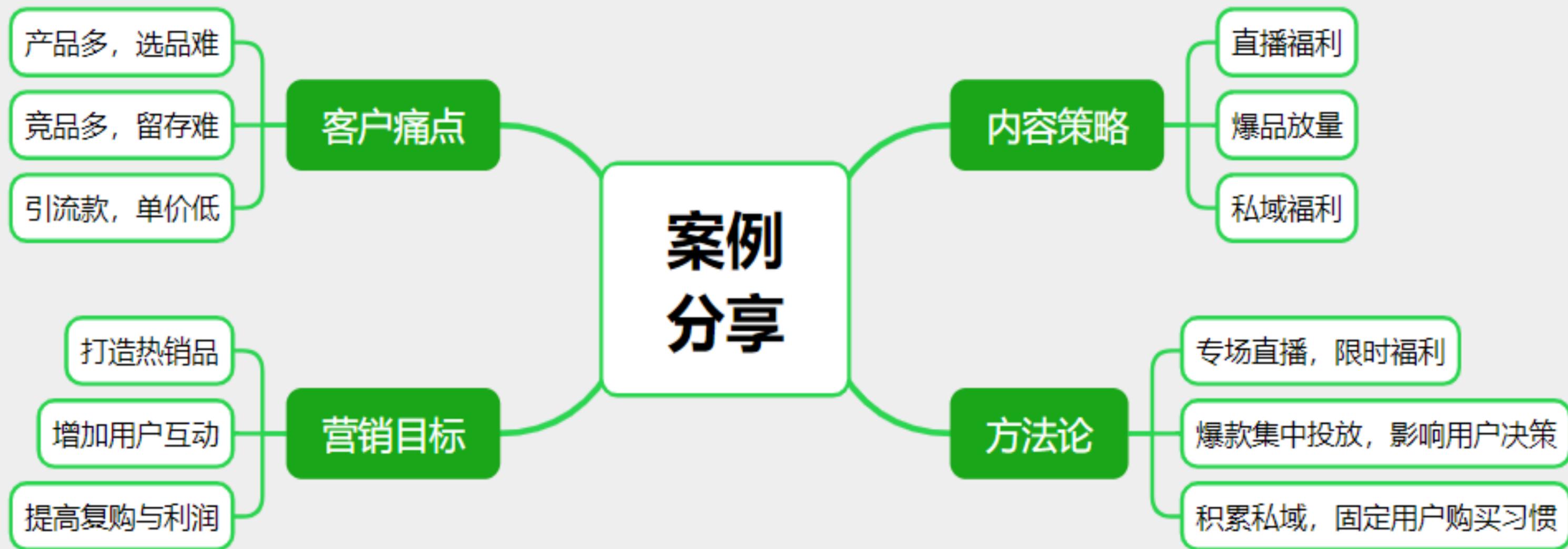


客资-投放数据漏斗

漏斗的每一步，对应去看降低成本!

营销漏斗	核心指标	优化步骤
展现	曝光量	<ul style="list-style-type: none"> • 放开定向，增加预算，提高出价 • 尝试更多位置（搜索+信息流） • 搜索词拓展
点击	点击量，CTR	<ul style="list-style-type: none"> • 检查搜索词是否跟素材风格/主题一致 • 优化素材（特别是首图+标题），多测素材
互动	关注、点赞，评论	<ul style="list-style-type: none"> • 点赞打造爆文 • 评论引导私信 • 关注引导私域 • 收藏截屏指向外溢
留资	私信开口数,表单数, 表单成本,CVR	<ul style="list-style-type: none"> • 落地页是否与头图风格/主题一致 • 优化落地页设计、排版 • 优化搜索词/定向 • 笔记评控/私信营销模板
转化	最后成交情况、获客成本	<ul style="list-style-type: none"> • 评论区维护 • 私信话术优化

消费品案例分享



客资案例分享

小红书

搜索通-线索客户投放案例（教育行业）

客户画像

8年留学课业辅导行业知名品牌，目标人群是海外留学生存量市场

痛点梳理

- 目标人群窄，只针对留学生群体
- 高客单决策复杂，转化难
- 头部客户已通过B端占领市场，突围难

营销策略

1、调占比

高搜索预算账号增加整体预算，核心账号增加搜索预算

2、补词包

搜索关键是买词，结合内部工具补充词包

3、精细化

搜索词分类，笔记和搜索词一一对应

4、去杂质

用好搜索否词功能

投放方式

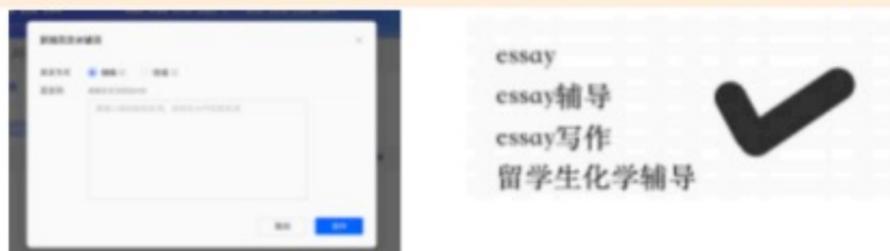
Step1: 针对目标人群进行词包筛选并生成适配笔记



Step2: 灵活搭配不同投放方式，尽量扩大流量开口

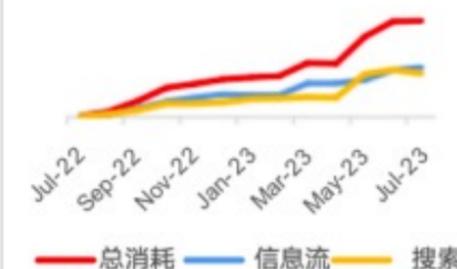
投放模式	特点	good learnings
省心智投	系统智能推荐，可扫量	好笔记+省心智投=省心加倍
标准投放	平台推荐，词比较少	可以使用搜索追投信息流
自定义上传词包	可针对核心词手动出价，可自己补充词包	品牌对精准度要求很高的时候可以将部分长尾词调整为“精准匹配”，核心词建议不做直接调整，否则会跑不出去

Step3: 关注关键词转化效果，利用好否词、及时拓词



营销效果

2022年7月至2023年7月投放
投放持续上涨



搜索开口数持续上涨

