

2024年度

小红书 金融行业月报

小红书商业化
助力每一个好产品生长

1月

生活服务行业-行业运营一组

小红书

小红书
小红书号: 603876447

Agenda

一.行业概览

- 1.金融行业细分赛道内容量发布趋势（保险&银行&财富）
- 2.金融行业细分赛道搜索及行业分品类检索情况（保险&银行&财富）
- 3.高活跃用户画像（保险&银行&财富）
- 4.行业TOP搜索词（保险&银行&财富）

二.行业玩法


- 1.保险行业获客链路
- 2.银行行业获客链路
- 3.财富行业活客链路

三.高互动优质笔记分享

- 1.保险赛道高CES笔记
- 2.银行赛道高CES笔记
- 3.财富赛道高CES笔记

四.最新商业产品动态

五.春节投放策略

A conceptual graphic for an insurance industry overview. It features a central circular element with the word "INSURANCE" in white capital letters. Surrounding this central element are several circular icons representing different insurance categories: a dollar sign (\$), a family of four, a house, a car, an airplane, and a heart with a pulse line. The background is a dark blue with a grid pattern and a hand pointing towards the right side of the frame.

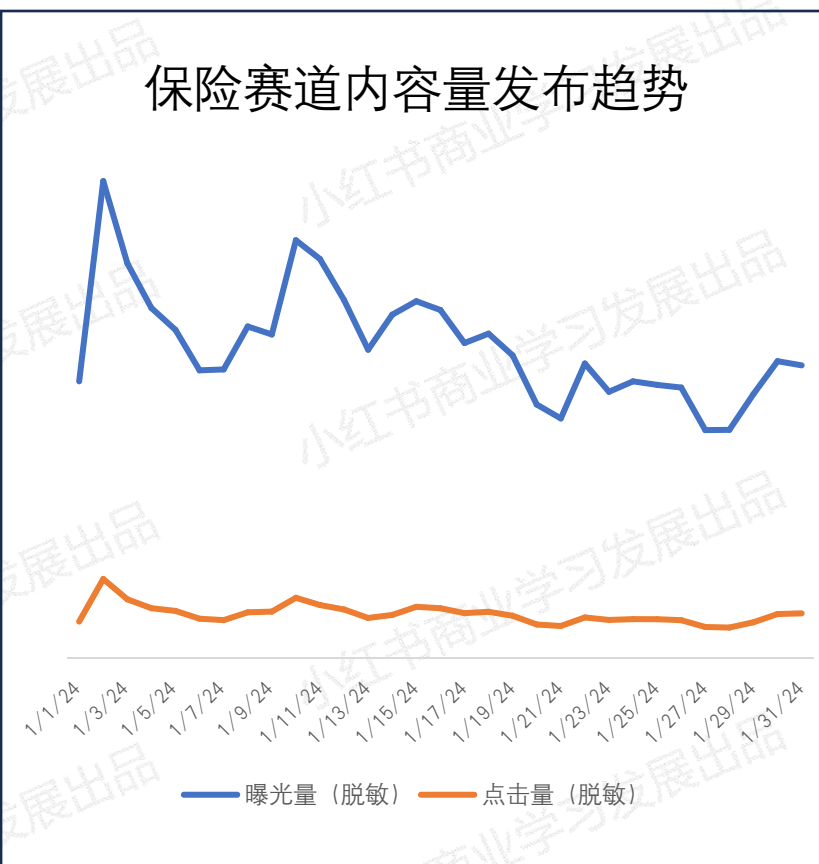
INSURANCE

行业概览

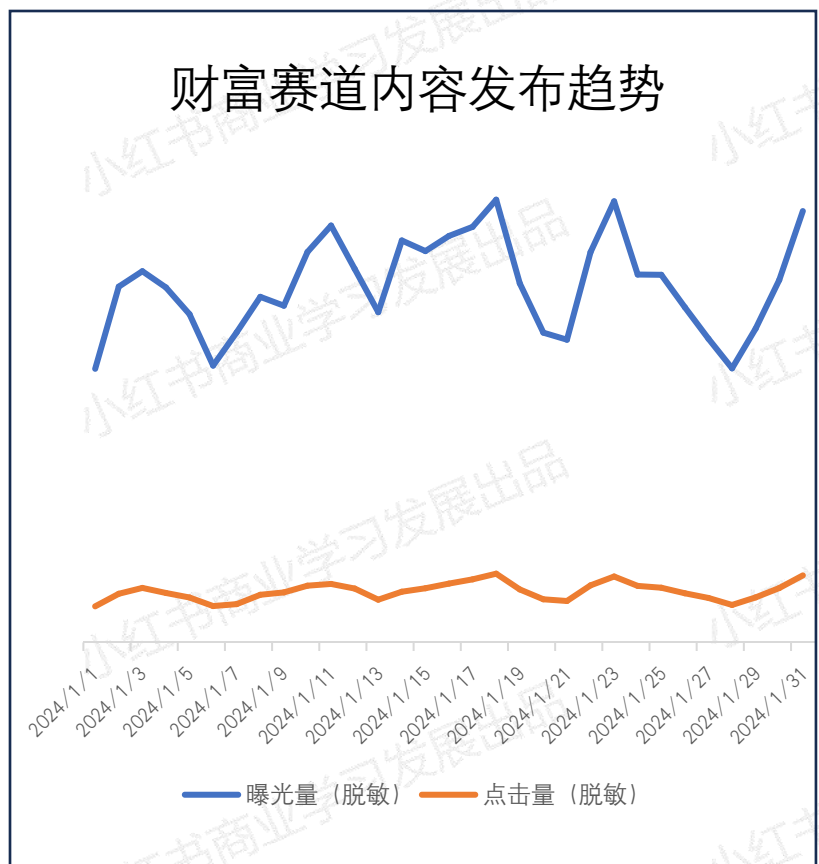
金融行业细分赛道内容量发布趋势-1月

小红书

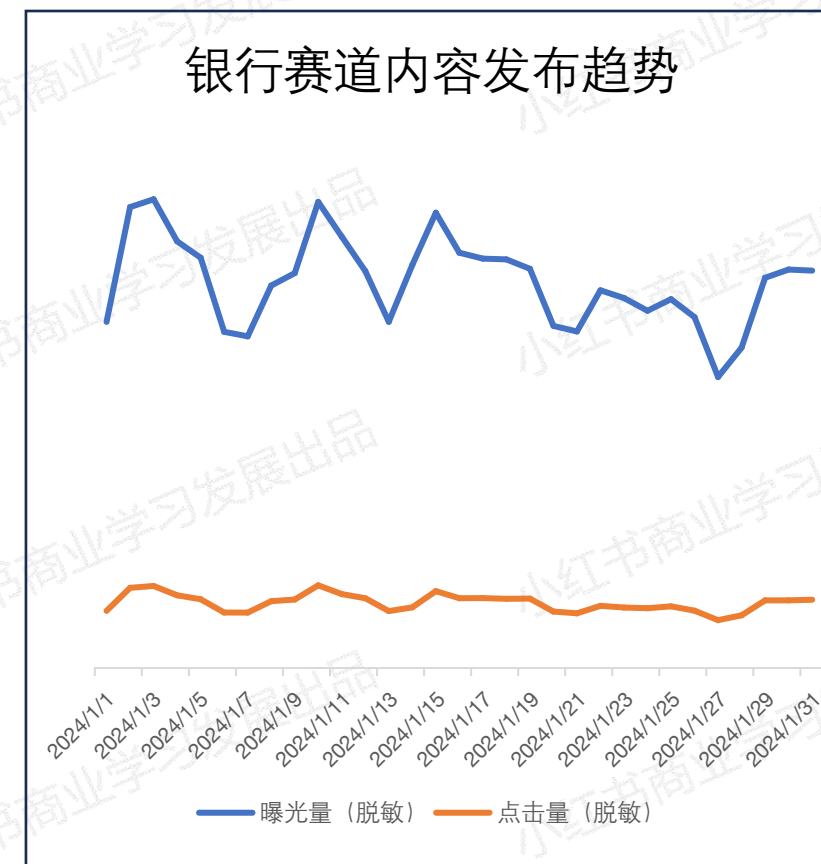
保险赛道内容量发布趋势



财富赛道内容发布趋势



银行赛道内容发布趋势



数据来源: 小红书商业数据中台: 2024.1.1-2024.1.31

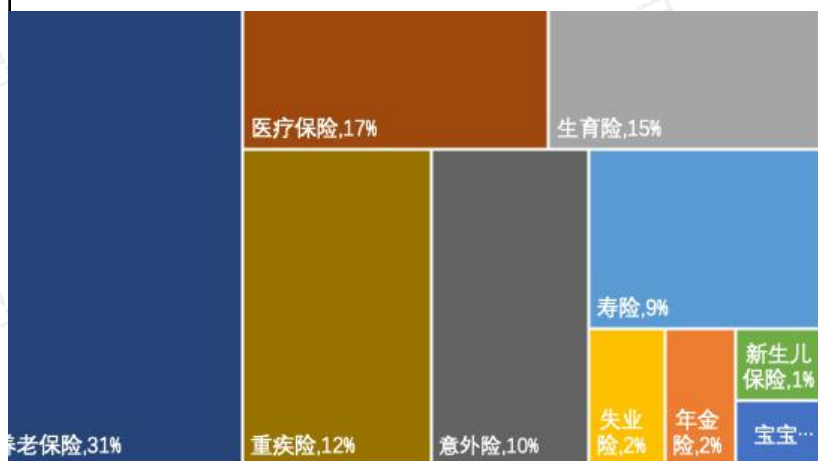
版权归属小红书科技有限公司, 仅供学习使用, 严禁用作商业用途

保险行业分品类检索情况-1月

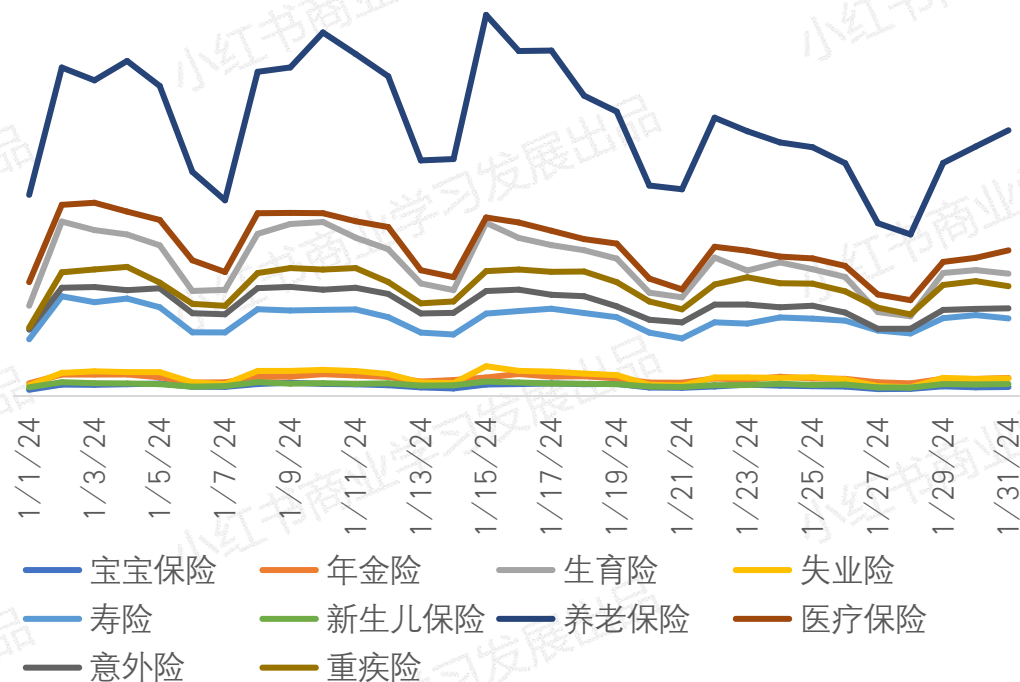
养老保险相关内容检索热度常居榜首，整体各类险种检索热度呈周期性增长。

主要波动险种为：医疗保险热度有显著下降，生育险占比提升，寿险占比下降，可有针对性布局相关内容。

分险种检索占比



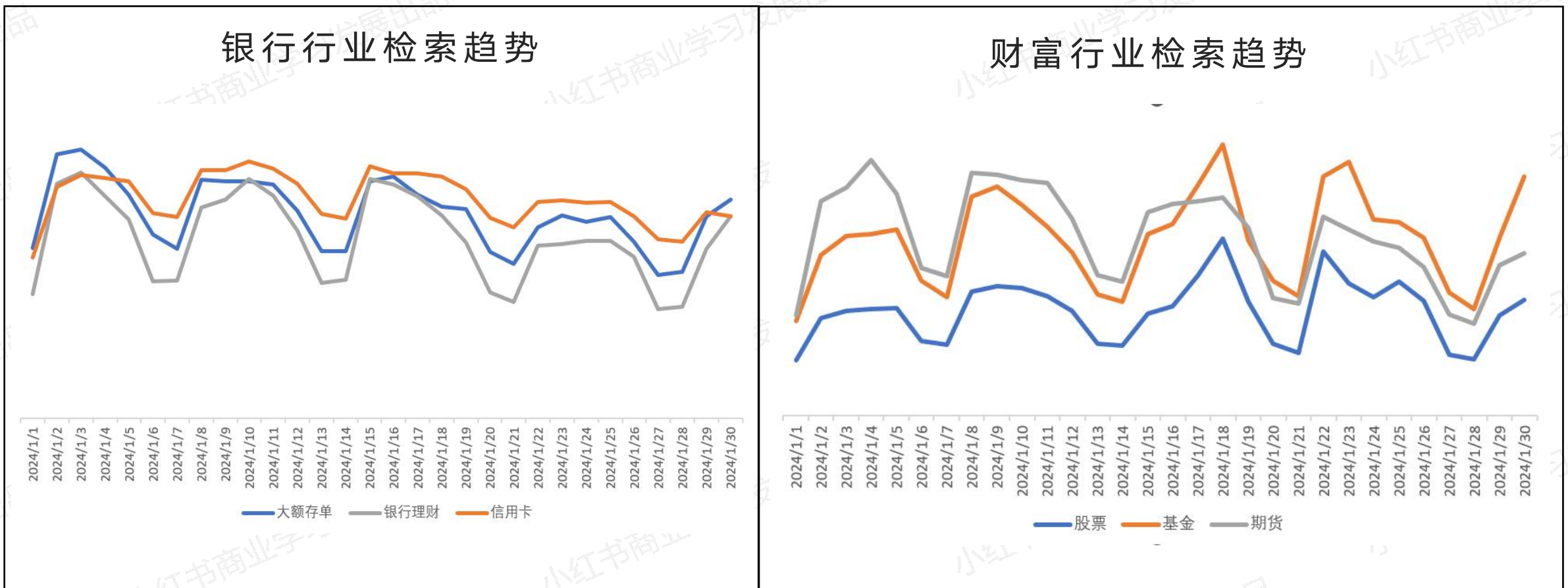
分险种检索趋势



数据来源：小红书商业数据中台：2024.1.1-2024.1.31

版权归属小红书科技有限公司，仅供学习使用，严禁用作商业用途

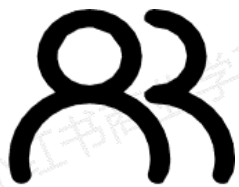
银行、财富行业分品类检索情况-1月



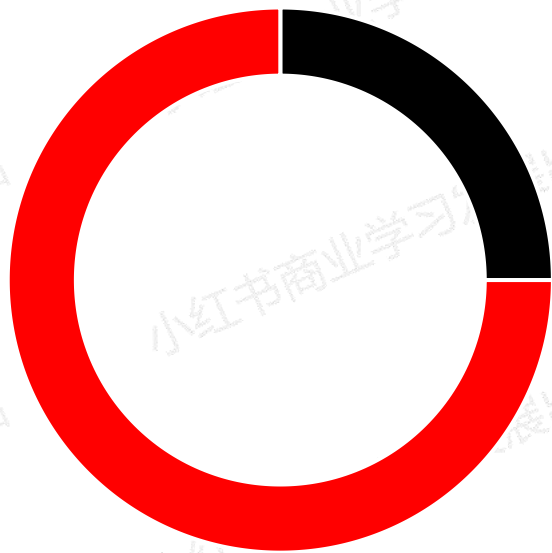
数据来源：小红书商业数据中台：2024.1.1-2024.1.31

小红书保险行业搜索及高活跃用户画像-1月

小红书



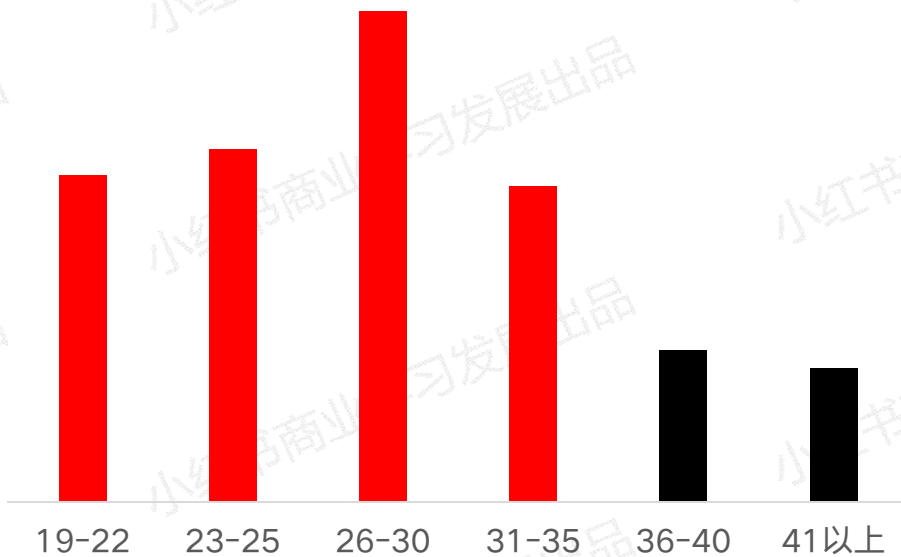
女性用户占比74%



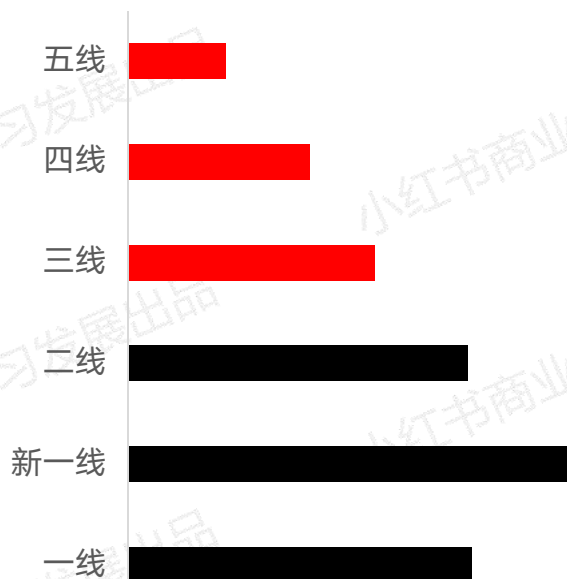
■ 男 ■ 女



23-35岁用户占比65%



一二线城市用户占比64%

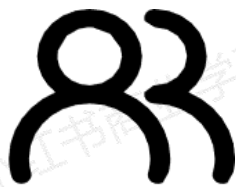


数据来源：小红书商业数据中台：2024.1.1-2024.1.31

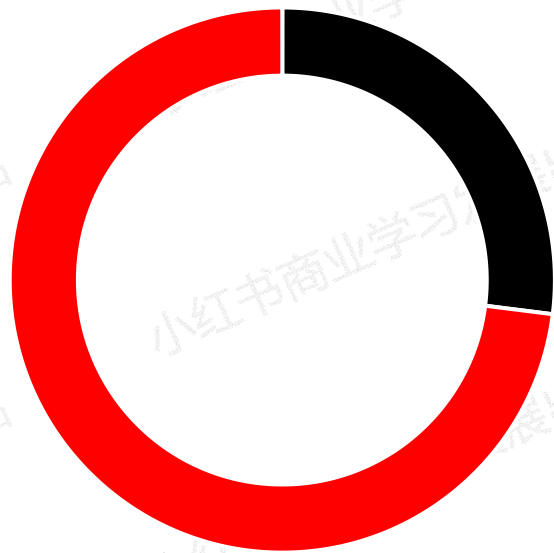
版权归属小红书科技有限公司，仅供学习使用，严禁用作商业通途

小红书银行行业搜索及高活跃用户画像-1月

小红书



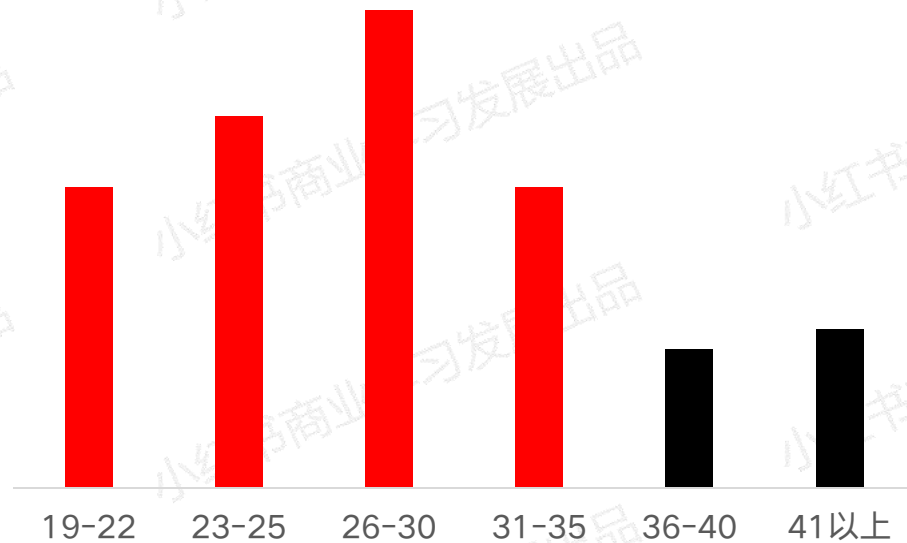
女性用户占比73%



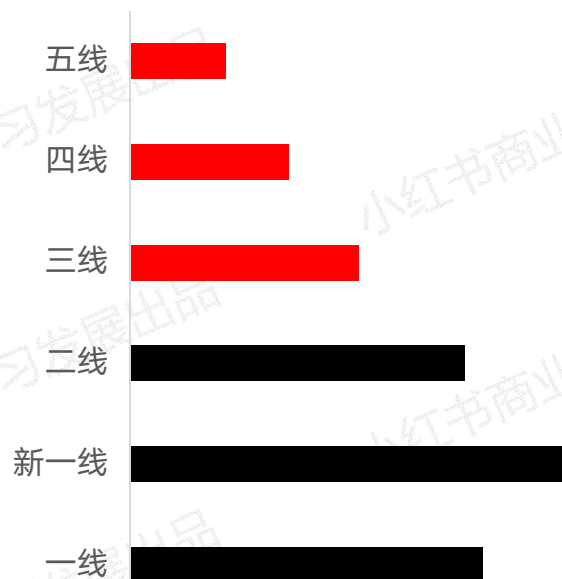
■ 男 ■ 女



23-35岁用户占比65%



一二线城市用户占比65%

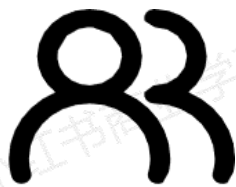


数据来源：小红书商业数据中台：2024.1.1-2024.1.31

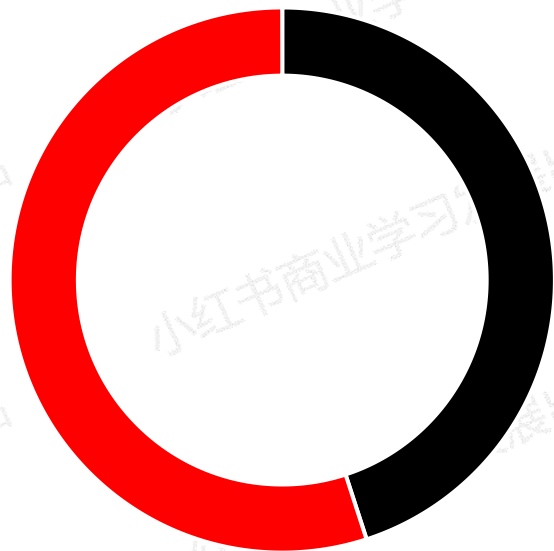
版权归属小红书科技有限公司，仅供学习使用，严禁用作商业通途

小红书财富行业搜索及高活跃用户画像-1月

小红书



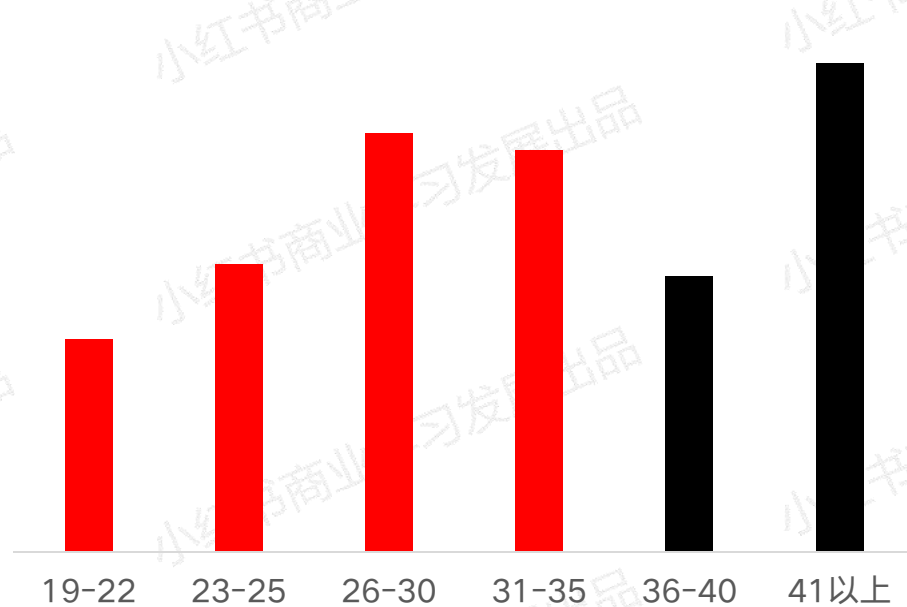
女性用户占比55%



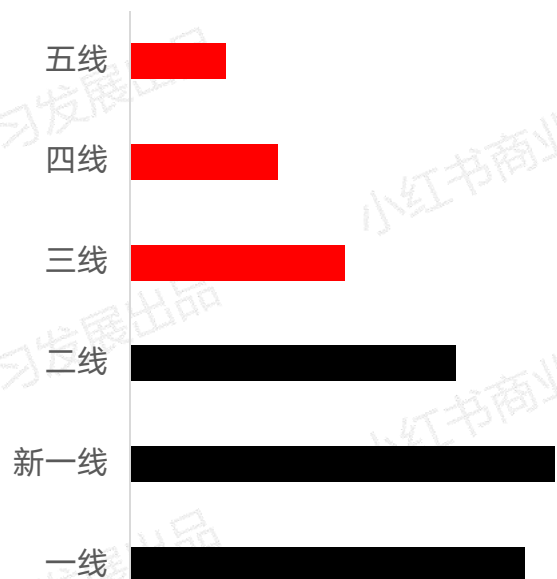
■ 男 ■ 女



整体年龄段相对偏大



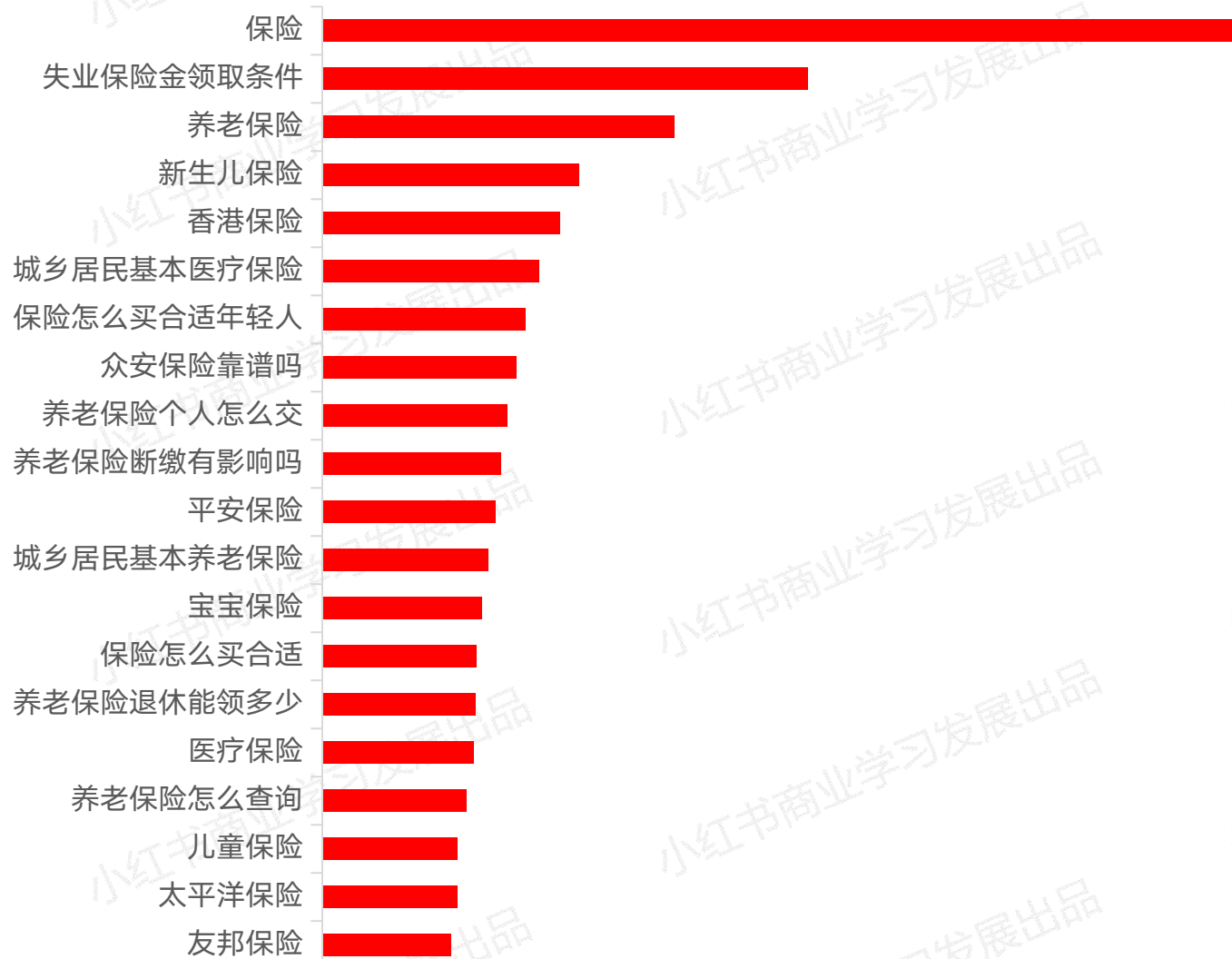
一二线城市用户占比67%



数据来源：小红书商业数据中台：2024.1.1-2024.1.31

版权归属小红书科技有限公司，仅供学习使用，严禁用作商业通途

保险行业TOP搜索词-1月



- 险种相关词来看，“**新生儿保险**、**养老保险**”热度有显著提升，“**医疗保险**”热度显著下降，在险种相关笔记内容上应结合站内热度做及时调整；
- 品牌相关词上，“**平安保险**”热度持续提升，“**众安保险靠谱吗**、**友邦保险**”上榜，用户开始对各类保险品牌有更多感知。

数据来源：小红书商业数据中台：2024.1.1-2024.1.31

分品类行业热搜词

百万医疗

- 百万医疗险
- 百万医疗
- 百万医疗险哪家好
- 平安e生保百万医疗
- 百万医疗有必要买吗
- 重疾险和百万医疗的区别
- 支付宝百万医疗
- 百万医疗和重疾险的区别
- 中国人寿百万医疗险
- 百万医疗险怎么买
- 平安百万医疗保险
- 众安百万医疗险靠谱吗
- 友邦百万医疗险
- 支付宝百万医疗靠谱吗
- 百万医疗怎么选
- 肺结节可以买的百万医疗险
- 百万医疗报销范围
- 众民保百万医疗免健告
- 蓝医保百万医疗
- 众安众民保普惠百万医疗险

寿险

- 增额终身寿险
- 寿险
- 中意一生中意终身寿险
- 增额终身寿险值得买吗
- 寿险有必要买吗
- 终身寿险有必要买吗
- 增额终身寿险的坑
- 定期寿险
- 人保寿险
- 一生中意终身寿险分红型
- 增额寿险和年金险什么区别
- 中邮年年好邮保一生c款终身寿险
- 终身寿险
- 增额终身寿险
- 寿险是什么意思
- 增额终身寿险排名
- 寿险买定期还是终身
- 终身寿险是什么意思
- 增额寿险
- 定期寿险推荐哪款

新生儿保险

- 新生儿保险
- 新生儿保险攻略
- 新生儿保险怎么买
- 新生儿保险怎么买合适
- 新生儿保险在哪个平台买
- 新生儿保险有必要买吗
- 新生儿保险在哪里买
- 新生儿保险配置
- 新生儿保险支付宝
- 新生儿保险
- 新生儿保险怎么办理
- 新生儿保险平安
- 美国新生儿保险
- 新生儿保险报销
- 孕妇新生儿保险
- 新生儿保险什么时候买
- 香港新生儿保险
- 上海新生儿保险
- 新生儿保险推荐
- 平安新生儿保险

宝宝保险

- 宝宝保险
- 宝宝保险怎么买合适
- 宝宝保险攻略
- 友邦宝宝保险
- 宝宝保险怎么选
- 宝宝保险在哪个平台买
- 宝宝保险怎么买
- 宝宝保险有必要买吗
- 宝宝保险配置
- 一岁宝宝保险
- 一岁宝宝保险怎么选
- 0岁宝宝保险怎么买
- 宝宝保险
- 1岁宝宝保险
- 宝宝保险选购干货
- 宝宝保险支付宝
- 宝宝保险推荐
- 1岁宝宝保险怎么买合适
- 宝宝保险什么时候买
- 小宝宝保险怎么选

养老保险

- 养老保险
- 养老保险个人怎么交
- 养老保险断缴有影响吗
- 城乡居民基本养老保险
- 养老保险退休能领多少
- 养老保险怎么查询
- 农村养老保险
- 城乡居民养老保险
- 灵活就业养老保险划算吗
- 灵活就业养老保险
- 养老保险交满15年
- 养老保险交哪个档次划算
- 商业养老保险推荐
- 居民养老保险
- 养老保险缴费基数
- 养老保险基数上调
- 农村养老保险怎么交划算
- 养老保险单位和个人比例
- 养老保险个人账户余额
- 养老保险可以取出来吗

数据来源：小红书商业数据中台：2024.1.1-2024.1.31

版权归属小红书科技有限公司，仅供学习使用，严禁用作商业用途

分品类行业热搜词

重疾险

- 重疾险
- 重疾险有必要买吗
- 重疾险怎么选
- 重疾险和百万医疗的区别
- 超级玛丽9号重疾险
- 小青龙2号重疾险
- 百万医疗和重疾险的区别
- 重疾险推荐
- 健康福重疾险
- 友邦重疾险
- 少儿重疾险
- 重疾险买消费型还是返还型
- 泰康重疾险
- 达尔文8号重疾险
- 儿童重疾险
- 支付宝重疾险
- 平安重疾险
- 重疾险买哪个保险公司的好
- 香港重疾险
- 友邦重疾险值得买吗

生育险

- 生育险怎么报销
- 生育险
- 生育险是怀孕前交满一年吗
- 生育险怎么查询
- 生育险需要满足什么条件
- 生育险男方能报销嘛
- 生育险可以自己交吗
- 生育险能报销多少钱
- 生育险在哪里查询
- 老公的生育险怎么用
- 生育险怎么办理
- 灵活就业生育险
- 生育险和生育津贴一样吗
- 生育险怎么报销浙江
- 生育险产检费用怎么报销
- 生育险人流怎么报销
- 生育险和医疗保险合并
- 个人缴纳生育险
- 北京生育险报销
- 老公的生育险老婆可以用吗

失业险

- 失业险领取条件
- 失业险怎么领
- 失业险
- 失业险领了有什么影响
- 失业险可以领几次
- 失业险怎么申请
- 失业险多少钱
- 劳动合同期满可以领失业险
- 失业险怎么查
- 失业险是累计的还是连续的
- 失业险几号到账
- 失业险领取条件流程
- 失业险医保
- 领失业险的时候给交医保吗
- 自愿离职怎么领失业险
- 失业险转移
- 深圳失业险怎么领
- 失业险可以领多久
- 离职后失业险怎么领取
- 领失业险有什么影响么

年金险

- 年金险
- 年金险和增额终身寿的区别
- 年金险有必要买吗
- 增额寿险和年金险什么区别
- 年金险各大保险公司对比
- 年金险第一梯队
- 友邦年金险
- 年金险是什么意思
- 养老年金险有必要买吗
- 养老年金险排名
- 泰康年金险
- 年金险的坑
- 平安年金险
- 年金险怎么选
- 养老年金险
- 平安年金险值得买吗
- 中国人寿年金险
- 香港年金险
- 友邦年金险值得买吗
- 友邦的年金险哪款好

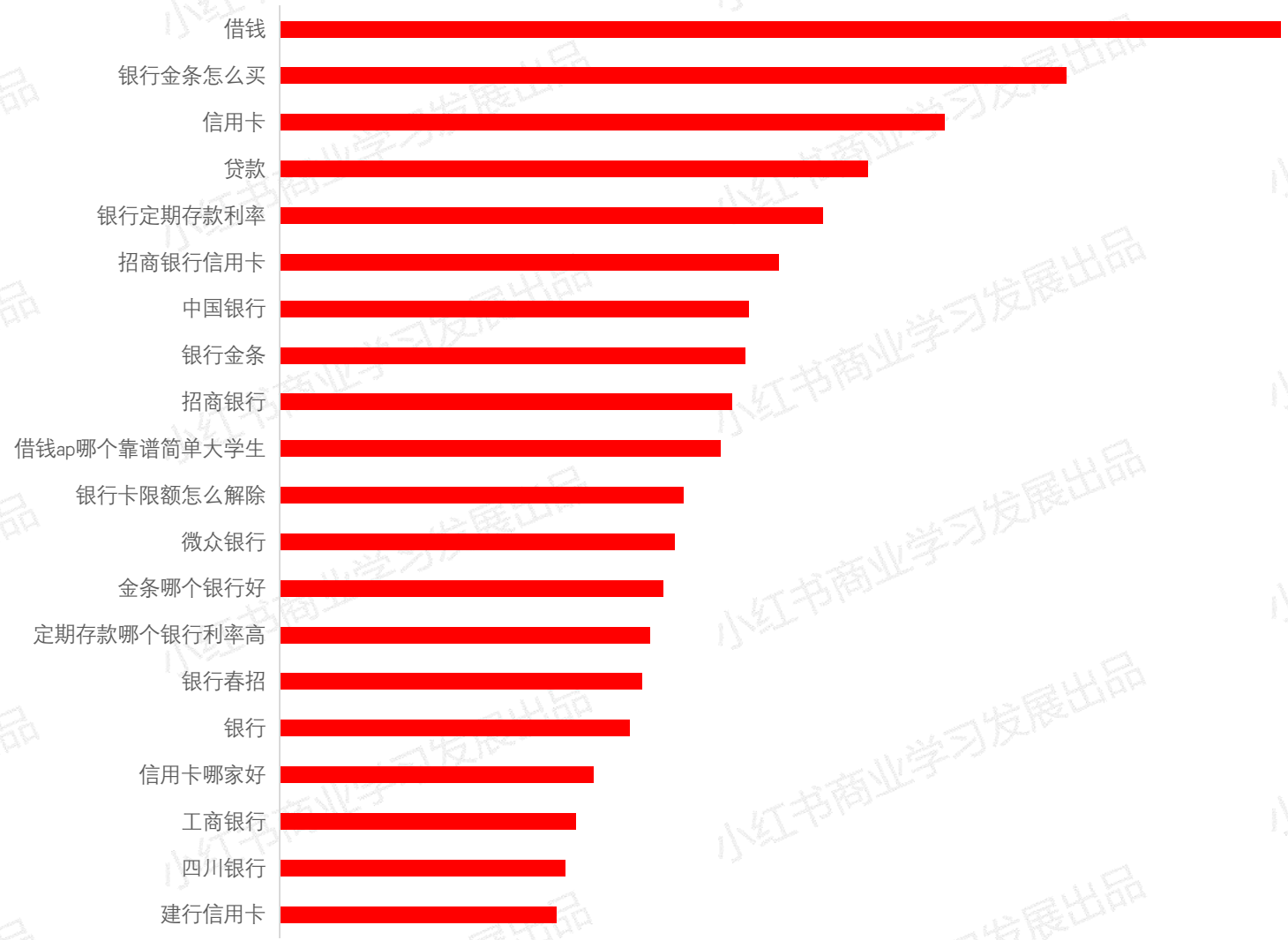
意外险

- 意外险
- 航空意外险要不要买
- 意外险买哪个好
- 意外险推荐成人
- 航空意外险
- 买机票要买航空意外险吗
- 支付宝意外险
- 小蜜蜂3号意外险
- 意外险赔付标准
- 飞机意外险有必要买吗
- 无忧保综合意外险怎么样
- 儿童意外险
- 意外险推荐父母
- 意外险有必要吗
- 小蜜蜂3号意外险在哪买
- 意外险包括范围
- 成人意外险
- 友邦意外险
- 萌宝保少儿综合意外险
- 支付宝航空意外险

数据来源：小红书商业数据中台：2024.1.1-2024.1.31

版权归属小红书科技有限公司，仅供学习使用，严禁用作商业用途

银行业TOP搜索词-1月



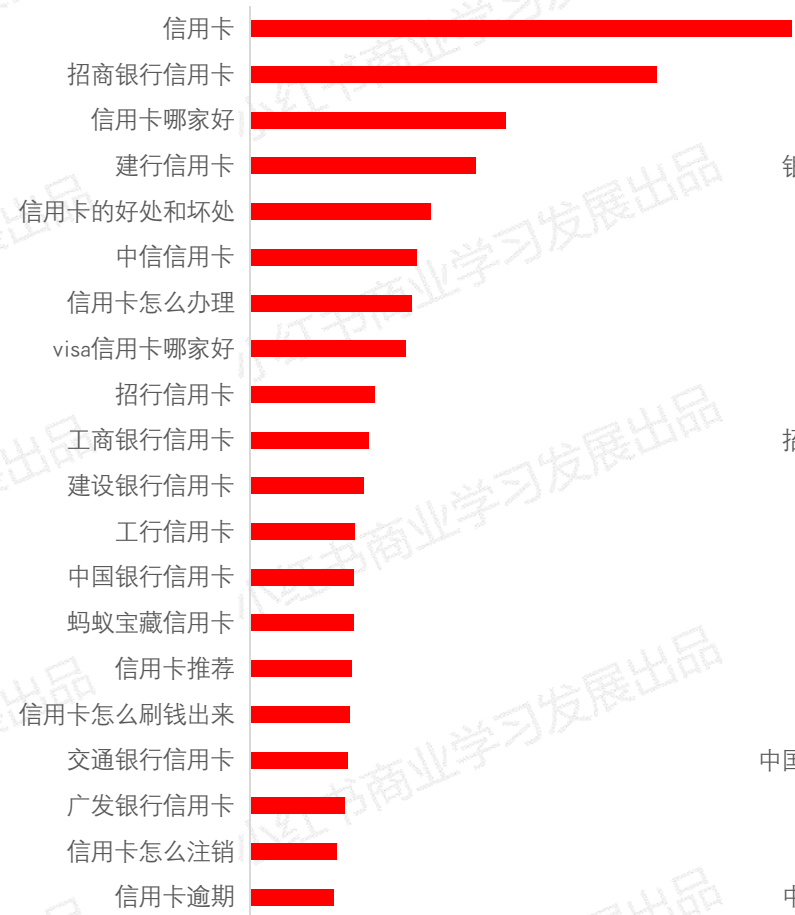
【借钱】【信用卡】【贷款】相关搜索词热度直线上升，临近春节站内用户的消费热情进一步恢复，结合实际消费场景、连接用户需求，从搜索版块出发辐射信息流流量。

【银行金条】【银行金条怎么买】热度持续提升，小红书的站内搜索与市场行情及时呼应，表明用户已经逐步养成在小红书获得答案和内容的习惯，在投资理财方面更注重收益的确定性、稳定性。

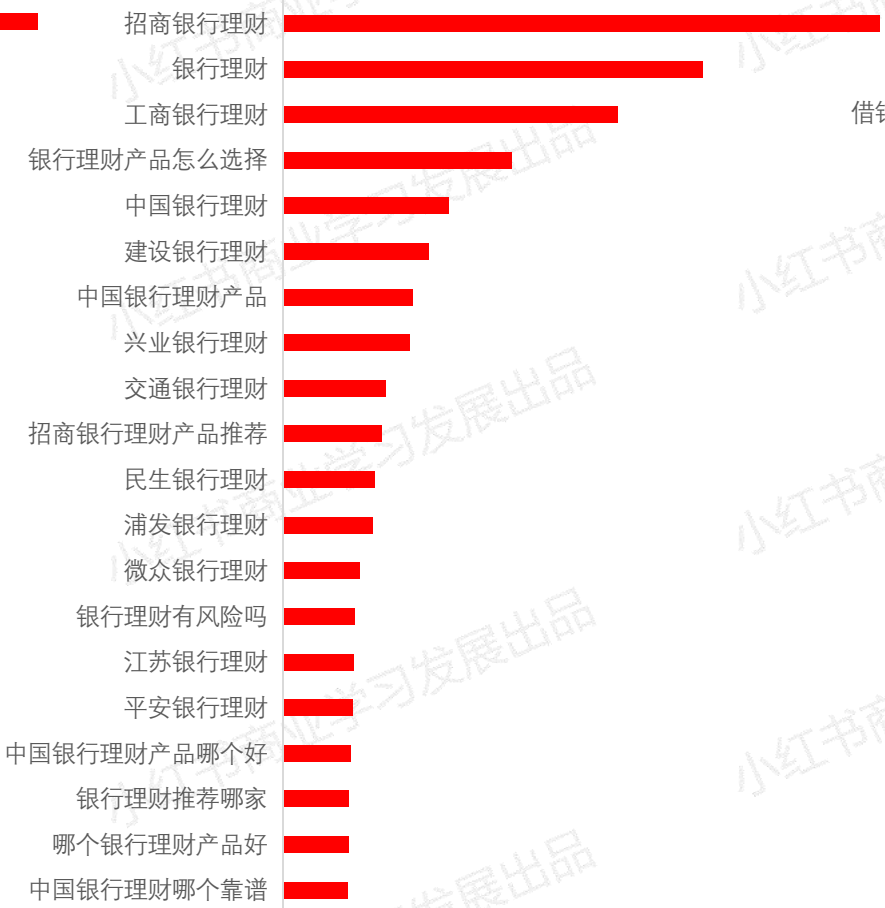
数据来源：小红书商业数据中台：2024.1.1-2024.1.31

银行业热搜词

信用卡



银行理财

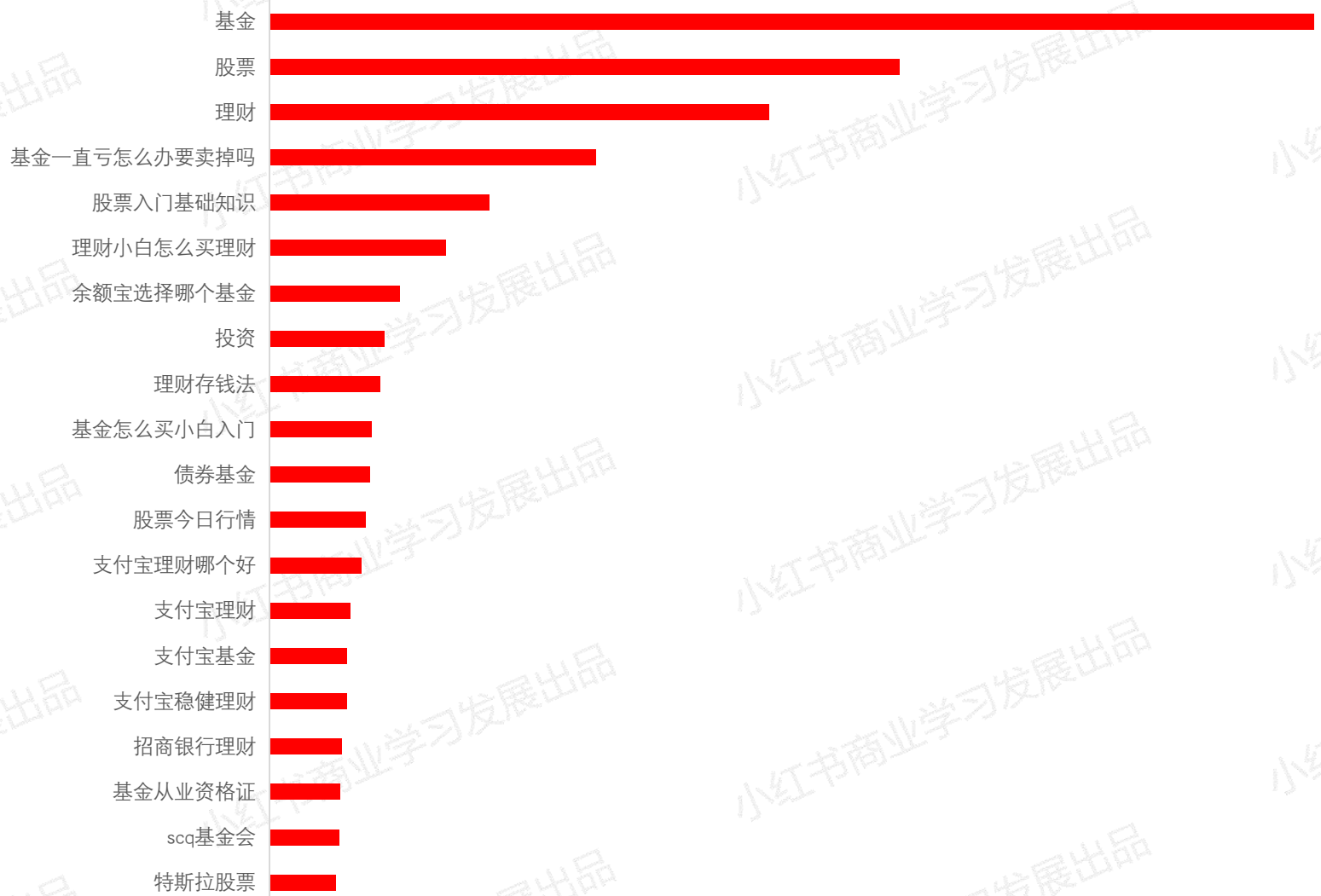


贷款



数据来源：小红书商业数据中台：2024.1.1-2024.1.31

财富行业TOP搜索词-1月



【基金】【股票】【理财】继续保持高热度领先，1月份一级市场行情持续低迷，投资者更多处在观望态度，对稳健类型的投资产品关注度提升。

【支付宝】相关产品提升较大，购买便捷、收益稳健成为用户主要关注点；基础知识、小白入门搜索量保持靠前位置，可尝试投教方向内容。

数据来源：小红书商业数据中台：2024.1.1-2024.1.31

财富行业热搜词

股票



基金




期货



数据来源：小红书商业数据中台：2024.1.1-2024.1.31

版权归属小红书科技有限公司，仅供学习使用，严禁用作商业用途

A conceptual graphic for the insurance industry. It features a central circular element with the word "INSURANCE" in white capital letters. Surrounding this central element are several circular icons: a dollar sign (\$), a family silhouette, a house, a car, and an airplane. The background is a dark blue with a grid-like pattern and a hand pointing towards the right side of the frame.

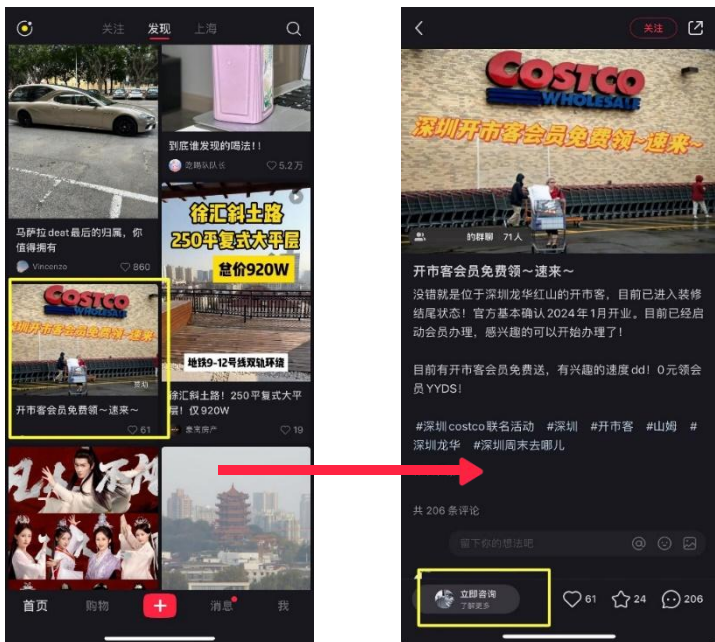
INSURANCE

行业玩法

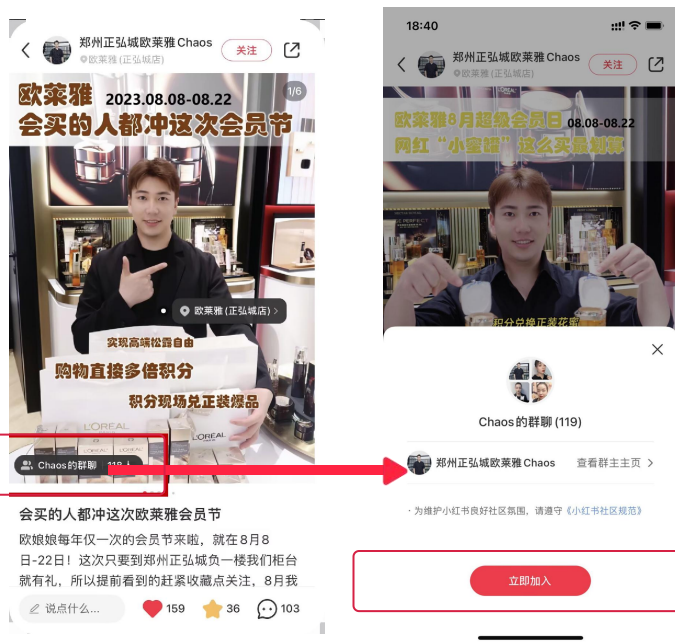
私信+KOS模式

SALES形象更具亲和力，实现更低成本获取留资，兼备长效经营

私信组件 直接沟通



群聊组件 客群经营



私信是小红书用户与商家1V1沟通的咨询场域。

阅读大量笔记做攻略的用户，会在私信中深度表达自己的问题及需求，商家可针对性提供自己的产品与服务，完成预约建联并转化成单。

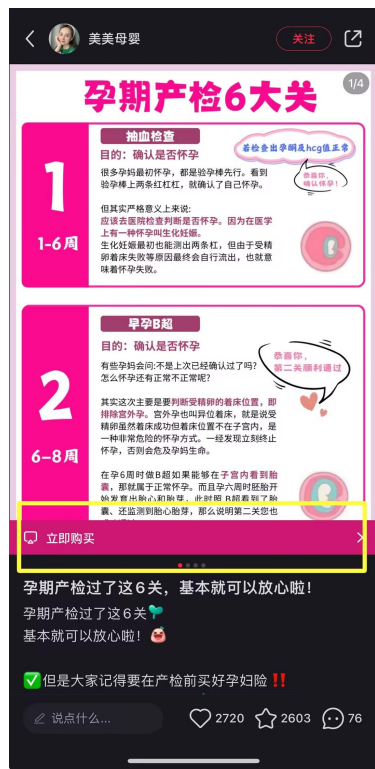
KOS代表专业的知识和高效响应用户需求的能力。

对商品产生进一步了解或者咨询诉求时，Sales能以更快速、更专业、更个性化的服务承接，并引导后续私域经营。

外链+KOS模式

拉近心理距离的同时，官方路径高效转化，整体客资成本下降20%+

外链组件 直达申请页面



品牌人群积累

用户信任感强

内容调性一致

客服依赖度低

保险行业效果投放策略-私信

用户在发现页/搜索页看到笔记，点击广告进入「笔记详情页」，用户点击「私信组件」进入私信聊天页进行咨询。

广告类型

信息流广告

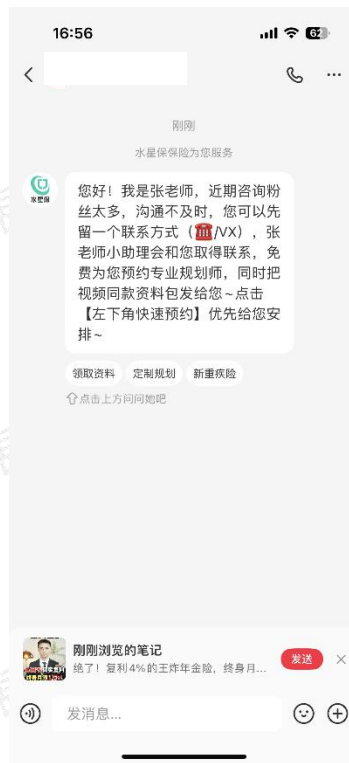
搜索广告



笔记缩略图



笔记详情页




私信聊天界面

前端广告展示至目标用户

笔记封面+标题吸引用户

笔记内容促进用户了解

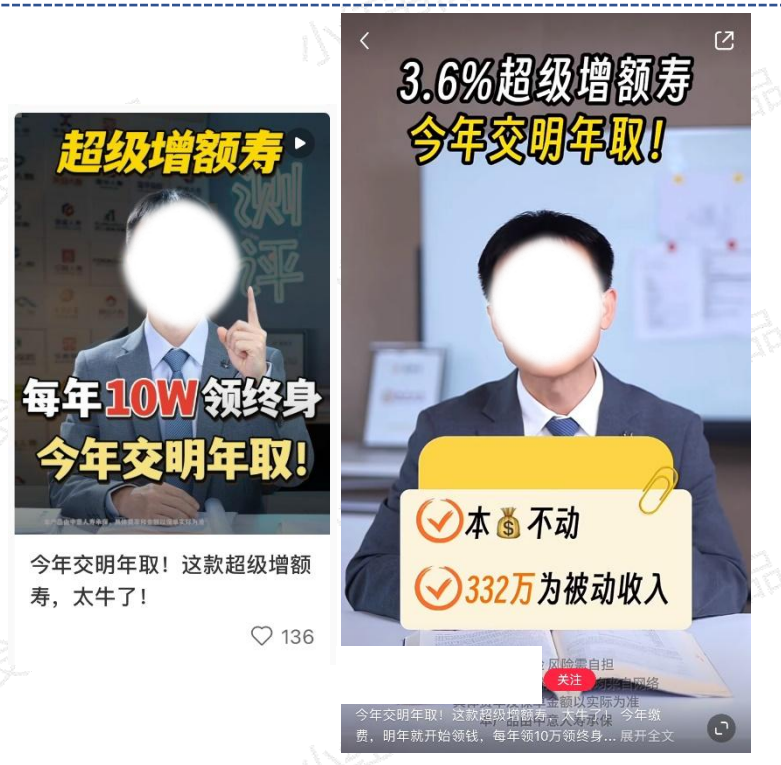
回复用户消息促进转化



INSURANCE

高互动优质笔记分享

保险赛道-理财险优质笔记



【首图】 突出该增额寿的核心卖点

【内容】 标题、话题都与产品卖点相关度高，搭配表格直接计算不同年龄段对应的收益，清晰明了，结合理财、存钱，到年底高频的行业热搜词，打动目标人群心智，激发储蓄焦虑。



【首图】 对标增额寿，高收益率存钱产品

【内容】 收益高、回本快、稳健三大核心亮点，直击理财小白人群核心关注的理财产品需求，对于重点内容图片突出展示，各年龄段收益情况表格形式列明。



【首图】 锁定目标人群、保险行业高热度“养老”

【内容】 养老金相关话题一直是保险行业高热度，且越来越多中年人甚至年轻人对养老的诉求强烈，将产品与银行、股票进行分析，包装成一款稳健、收益不错的养老产品。

保险赛道-健康险优质笔记

有这个孕期险就够了!

2/6

孕妈与新生儿 同享安心保障

30种妊娠并发症
特定情况妊娠终止津贴
孕产身故责任内10万元

30种先天性疾病/早产
13种新生儿罕见病

↓↓仅差一步,享 200万保障↓↓

折后每日 **1.42元起**

立即投保

不限孕周数 ✓
责任内不限社保范围 ✓
支持多胎保障 ✓
30种高发妊娠疾病 ✓
30种新生儿先天性疾病 ✓

保费每月仅需50元起

孕期有它就够了!

181

孕期有它就够了!
怀孕是一段艰辛的过程
怀孕不仅会给孕妈妈带来身体的变化和💪不
孕妈妈还需要面对各种身体上的挑战
因此购买一份孕期险是非常有必要的

说点什么... 181 128 38

【首图】针对孕期人群，突出低价、主要责任

【内容】详细讲解孕期关注的高发疾病覆盖、报销住院医疗费、提供孕产健康服务，卖点清晰，人群垂直，还包含一定孕期疾病科普内容，可谓干货满满。

保障对比

2/6

蓝医保、好医保、长相安 哪款值得买???

保障对比	平安健康	太平洋健康	人保健康
产品名称	长期医疗险	长期医疗险	长期医疗险
保障期限	20年	20年	20年
投保年龄	0-70岁	0-65岁	0-60岁
可赔付医院	二级及以上公立医院普通部	二级及以上公立医院普通部	二级及以上公立医院普通部
一般住院保额	200万	200万	200万
重疾住院保额	1万	1万	0元
重疾住院保额	400万/120种	400万/120种	400万/100种
重疾住院保额	与一般住院共保1万	与一般住院共保1万	0元
赔付比例	不限社保	不限社保	不限社保
住院免赔额	前后30天	前后30天	前后30天
住院手术	有	有	有
质子重离子	1万	1万	1万
质子重离子	100%/400万	100%/400万	100%/100万
外购药(特药)	100%/200万(可选)	100%/200万(可选)	100%/400万
增值服务	有	有	有
就医绿通	有	有	有
理赔垫付	有	有	有
特约体检	有	有	有
保费	0岁 417 30岁 235 50岁 1214 60岁 2017	0岁 440 30岁 247 50岁 1229 60岁 2042	0岁 793 30岁 318 50岁 1041 60岁 1920

产品由平安、太平洋、人保保险公司承保

支付宝好医保 VS 蓝医保 VS 长相安，哪个值得买

1420

支付宝好医保 VS 蓝医保 VS 长相安，哪个值得买
宝宝们! 百万医疗险真的强，可以当作医保补充，不愁没钱看大病
一年几百来块，超过免赔额就能报销上百W治疗费

说点什么... 1420 2808 33

【首图】对比市面上热度最高的三款百万医疗

【内容】表格+笔记正文，从责任、额度等各层面对比这三个产品（续保期限、免赔额、理赔服务）最后针对不同需求，推荐如何选择匹配的百万医疗。

女生保险投保思路

2/9

成年人买保险 选这4种很便宜

1. 重疾险
2. 百万医疗险
3. 意外险
4. 定期寿险

拒绝当大怨种! 2k+ 买齐 30岁女生保险

4421

配置顺序: 意外险 > 医疗险 > 重疾险 > 寿险

投保笔记

- 医疗险: 作用-报销医疗费用; 注意: ①与重疾险互补, 两个都要有; ②出大病可报销, 花多少报多少; ③重疾险直接赔一笔钱, 不限用途
- 重疾险: 作用-弥补大病后收入损失; 类型: ①消费型(性价比高); ②返钱型(可转移); ③储蓄型(不赔若)
- 寿险: 作用-抚养老幼; 家庭顶梁柱谁给谁买, 人走了也能留一笔钱“养家”
- 意外险: 作用: ①报销意外商家医疗费; ②意外身故/伤残, 赔一笔钱; 价格便宜, 100来块就能买百万保额

配置思路: ①重疾险+医疗险+意外险; ②重疾险+医疗险+意外险+寿险

健康告知-网咯说啥! 不问不管! 如实告知!

拒绝当大怨种! 2k+ 买齐 30岁女生保险
很多姐妹第一次买保险, 都踩了坑, 有的是在亲戚推荐下, 连保障还没搞清楚就M了!
保费几千上万, 才发现很多都不保, 出了事一点用都没有! 真的是亏大了

说点什么... 4421 5736 476

【首图】聚焦女生投保人群，2k+买齐高性价比

【内容】打破高价购保的错误认知，按照险种类别+作用+推荐产品的形式，匹配对应产品的费率，最后直接给出对应的投保方案，方便30岁有投保需求的女生直接抄作业。

保险赛道-蒲公英合作笔记



谁家小狗做手术前想的是亲护士姐姐啊?

2.3万



做手术的医院是可以报销手术费用的 (全病种保障 先天性、遗传性等除外) 定点医院报销70% 非定点医院报销40%



男女离婚后的不同状态

5024



宠物保险全攻略, 拒绝踩坑

1425



并且送的驱虫和猫三联



- 本月的优质达人结合宠物热点、情感话题、家庭保险，从近期热点话题切入，种草效果持续提升。
- 针对不同人群，结合相关场景，推荐对应的险种，图文标题、封面用一些关键词提高点击率。
- 锁定爱宠人士、女性人群，采用场景化演绎、多为视频的内容表达形式，配合相应话题tag、目标人群需求，进行精准的产品推荐。

银行赛道-信用卡优质笔记



【首图】 亲子游+小众旅游路线，引发用户共鸣

【内容】 结合新加坡旅游热点，封面、标题与日常生活高度相关，吸引用户点击，提高互动量，后续图详细介绍xx银行信用卡免费权益，触达泛金融用户。



【首图】 联名卡面、权益突出，客群清晰

【内容】 围绕关键词：xx银行信用卡新户、免费申请，用户权益简洁明了，突出产品优势，明确目标受众，吸引用户关注，聚焦站内女性群体，提高笔记转化。



【首图】 日常风景图、原生内容分享

【内容】 首图+标题以日常旅游攻略分享为主，引发用户共情，吸引用户点击，文案内容详细介绍信用卡权益，明确信用卡核心利益点，突出产品优势，实现用户种草。

财富赛道-优质笔记



【首图】 突出新客专享、赚钱小妙招关键词

【内容】 标题与首图对应，增加用户点击，后续图片运用数据说明新客专享权益，如年化收益xx%、无手续费等关键词说明产品核心利益点突出产品优势，内容实用性高。




【首图】 聚焦大学生群体、抓住经济独立热点

【内容】 通过标题+封面重点描述“大学生理财”引导大学生用户群体关注，后续视频内容详细说明不同理财产品的挑选攻略，并对不同理财产品进行对比，突出产品优势。



【首图】 微信到账页面，吸引用户点击

【内容】 标题使用“购物缺钱怎么办”自问自答句式，自然引出品牌名称，并结合年底购物热点，抓住用户消费心理，正文内容列清产品特点和实际操作流程，简单易懂，内容实用性高。

A conceptual graphic for insurance. The word "INSURANCE" is centered in a dark blue circle with a dotted pattern. Surrounding it are several circular icons: a dollar sign, a family of four, a house, a car, and an airplane. The background is a light blue grid with faint lines and a hand pointing towards the center.

INSURANCE

最新商业产品动态

小红书搜索【智能拓词】优质玩法指南

① 什么是智能拓词?

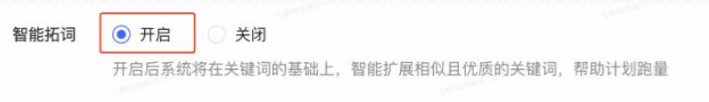
智能拓词是系统在手选关键词的基础上，智能拓展相似且优质的关键词，帮助计划跑量的能力
(新建计划默认开启，存量计划手动开启)

适用客户

- 所有有扩量诉求的客户
- 不知道如何买词&扩展买词量的客户

支持场景

- 推广场域: **搜索推广**
- 营销诉求: **客资收集、种草直达**
- 搭建方式: **标准投放**
- 出价方式: **非点击成本控制**



产品优势

- **更智能的流量获取**: 智能拓词基于投放标的与已选词，智能拓展更多相关关键词，解决客户买词难的问题
- **更灵活的效果调优**: 根据计划投放表现，日维度更新拓词内容，及时调整拿量方向

数据查看

- **展示逻辑**: 支持by「关键词」、by「智能词包」查看数据 (不可查看词包内的具体关键词)
- **归因逻辑**: 若一个query同时命中「智能词包」和「手选关键词」, 则该条数据优先归因和展示到「手选关键词」下

关键词	操作	所属计划	所属单元	匹配类型	状态	关键词出价
合计 22943 条记录						
<input type="checkbox"/> 智能搭建词包	删除	客资收集_计划_20231026_11	客资收集_单元_20231026_11		已被计划暂停	
<input type="checkbox"/> 月嫂怎么选	删除	客资收集_计划_20231026_11	客资收集_单元_20231026_11	短语匹配	已被计划暂停	

② 产品优质玩法

匹配方式选择

推荐: **短语匹配**👍
效果: 打开短语匹配, 再打开智能拓词, **平均跑量提升10.97%**

手动买词量

推荐: **80-100个**👍
效果: 当营销诉求为客资收集, 手动买词数量为80~100个时, 开启智能拓词后的**计划整体消耗增速最快**

高阶玩法

推荐: **私信深转+智能拓词**👍
效果: 同账户下, 开启**智能拓词vs不开启智能拓词**的深转计划, 在成本正常波动范围内, 前者**消耗+8.3%, 留资数+5.3%**

③ 如果您是以下类型客户, 建议直接开启智能拓词, 效果增益明显!

> 精准匹配买词客户

痛点: 通过**精准匹配**进行手动买词, 关键词数量受限, 会降低计划的整体拿量能力
开启效果: 仅精准买词的计划开启智能拓词后, **消耗提升74.46%**

> 买词量小于100客户

痛点: 缺少买词经验, 不会买词导致买词数量少, 限制跑量
开启效果: 买词数100以下的计划开启智能拓词后, **消耗增益超过21.6%**

> 买小流量词客户

痛点: 业务类型较小众, 导致关键词的**月均搜索指数较低, 流量范围小, 跑量有限**
开启效果: 手选词在月均搜索量10w以下的计划开启智能拓词后, **跑量能力提升超23.3%**

④ 优秀案例

某装修设计客户: 短语匹配购买71个词, 打开智能拓词, 推广目标私信咨询量

↑ **关键词数量 10倍** ↑ **消耗 +252%** ↑ **私信咨询量 +400%**

某植发客户: 推广目标私信留资量, 前期未开启智能拓词, 后续打开智能拓词

↑ **消耗 +48%** ↑ **私信留资量 +54%** ↓ **私信留资成本 -4%**

客户使用“保浅优深”后，留资成本下降**50%+**，留资率提升**70%+**

“保浅优深” VS 私信开口

私信开口成本

私信留资成本

私信留资率

↓ 下降
10%

↓ 下降
50%+

↑ 提升
76%

“保浅优深”转化成本远低于私信开口，留资率显著提升

某保险客户双月环比数据

客户背景:

客户的私信留资成本高，无法加大预算拿量。使用私信深转1个月后，私信留资成本降低**60%+**，在此基础上拿量能力也有大幅度提升，私信留资数**增长463%**!

账户消耗
↑119%

私信开口数
↑130%

私信留资数
↑463%

私信开口成本
↓5%

私信留资成本
↓61%

留资率
↑145%

投放背景

客户行业：账户日均私信开口数 ≥ 10 ，使用私信通/手动标注客资
转化目标：私信留资

出价：私信开口成本控制

投放诉求：降低私信留资的成本，同时提升留资数量

投放设置

广告配置：单广告配置**5条以上**的视频素材

素材更新：日更新1条以上，周更新**5~8条**新素材

策略建议

维度	建议
定向	建议必要设置（年龄&地域），定向类型优先智能投放（给系统更多询量空间，超成本可采用赔付兜底机制）
出价	点击率大于等于行业benchmark值前提下，成本出价建议 \geq 历史平均转化成本； 点击率小于行业benchmark，成本出价建议 \geq 历史平均转化成本 * 110%。
素材	选择历史投放数据较优素材：全站测试优质视频 > 信息流测试优质素材 > 新素材； 选择高互动素材（互动量 > 100，评论 > 10）且评论区较正向的素材。
计划	维稳：放量计划+深转【 优先搜索 】 测试：深转+全站/信息流/搜索
备注	保证计划开始投放后维持7日（赔付期）以上，不因短期内成本波动有负向操作（如停投、降价、缩窄定向等）

KOS新玩法：品牌号+员工号协同共筑品牌好生态

精准沟通 + 高效链接用户

专业号
矩阵

品牌号

员工号

分行号

职能
作用

品牌宣传、官方背书等

直接沟通、维护和管理客户

产品宣传、网点宣传等

内容
策略

提供专业科普、产品介绍等

树立不同人设，与用户互动

强地域性，吸引本地用户

推广
重点

信用卡、基金、储蓄等

分人设推广业务

当地特色优惠业务、信用卡、
基金、储蓄等

账号关联

员工身份做分享，企业身份做经营，联合打造更丰满的品牌画像

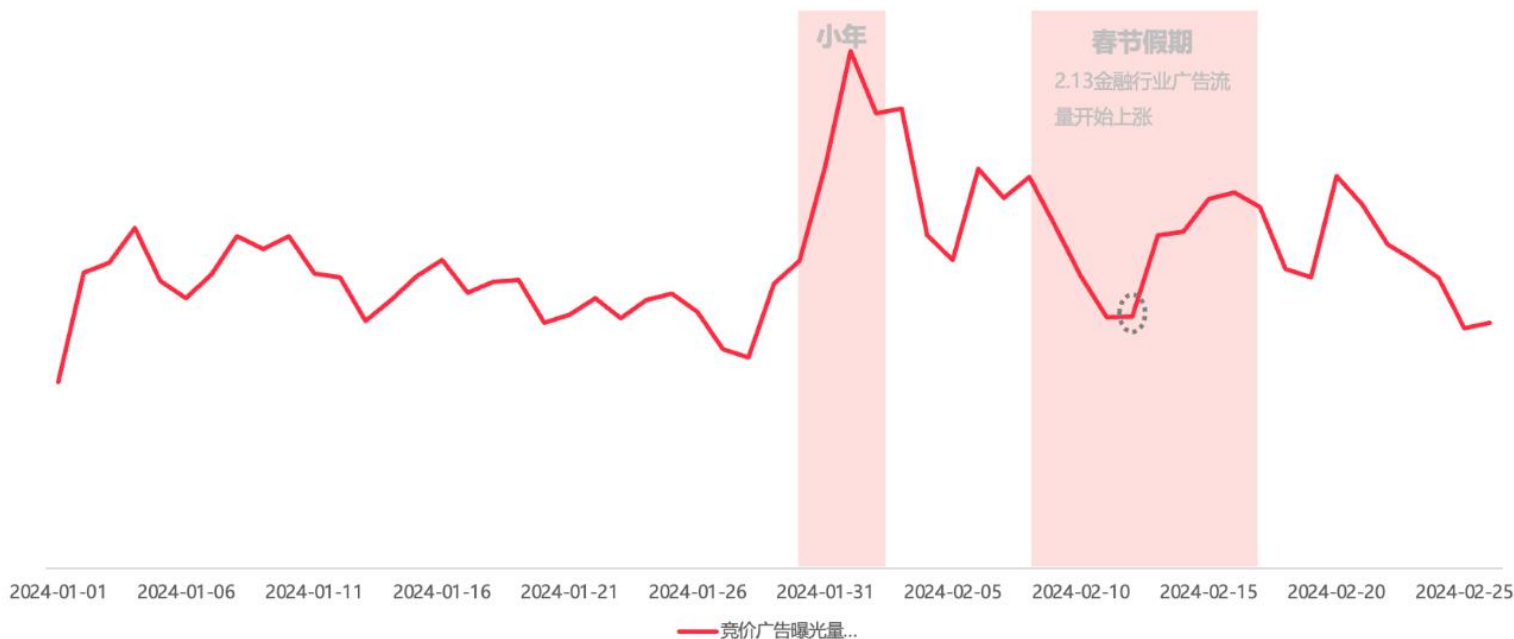


春节投放策略

保险行业春节不打烊

- **流量变化**：春节期间保险行业流量**增势显著**，ctr不降反升，是低价争夺客户的好时机；
- **获客成本**：cpc和私信开口成本均有大幅下降，建议做好**内容沉淀和客服值班安排**
- **内容布局**：春节会有出行、走亲访友的场景，**结合不同人群需求，搭配合适的险种**

春节前后金融行业广告流量趋势预估



● 流量高峰期 (0131-0203) :

小年之后流量预计有**65%**涨幅，建议账户日预算充足，提前储备笔记素材&搭建计划；

● 流量波动期 (0204-0211) :

存在一周流量波动，但仍有**20%**涨幅，建议做好节点话题积累和笔记种草，为后续起量蓄势；

● 流量上涨期 (0212-0217) :

初三开始流量开始爬坡，有**40%**涨幅，建议基于前期内容储备，搭配私信客服1v1沟通。

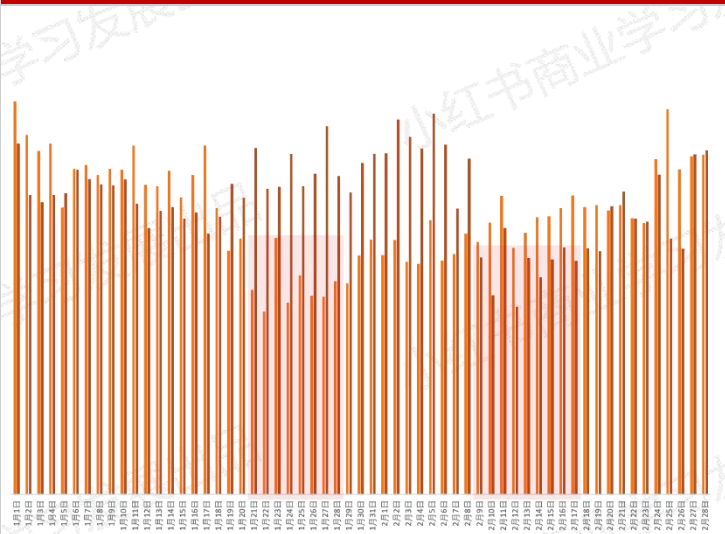
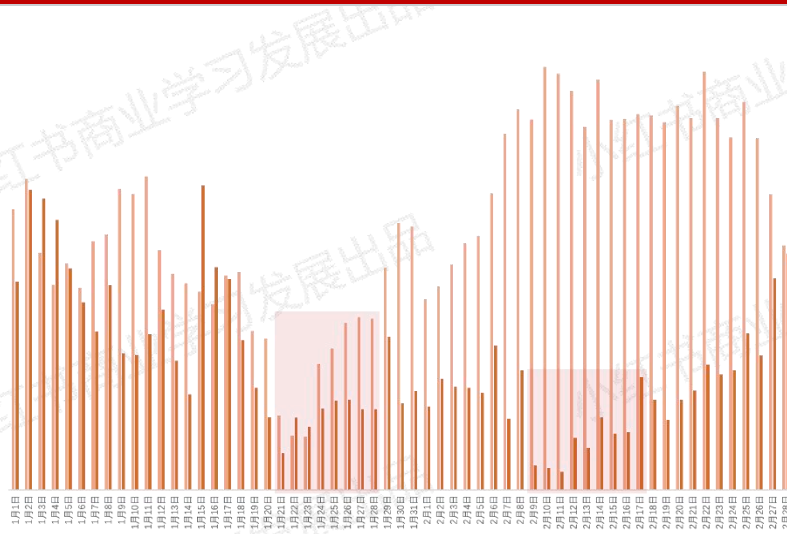
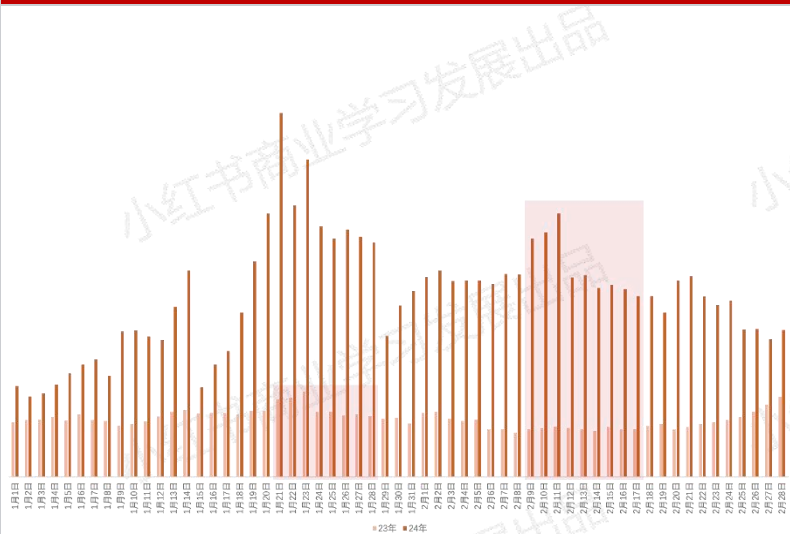
保险行业春节成本变化趋势

ctr提升显著，实现高性价比收割

cpc成本低，提前做好内容布局

私信开口成本低，低成本获客转化

流量趋势



备注

- ctr+20%，且节前一周就+15%，用户需求强
- 行业消耗低谷但ctr不降反升，可进行低价获客

- 24年春节cpc-75%+
- 24年整体cpc同比23降低明显，-100%+
- 春节cpc成本低谷，抓住时机低价沉淀内容

- 私信开口成本-65%+
- 建议提前安排客服值班，实现低价获客

银行业春节内容洞察

借势春节节点营销，圈定假期休闲放松场景，以春节团聚+春节旅游热点趋势，打造热门笔记内容

1) 春节年夜饭+办卡福利，突破圈层，触达泛用户群体



年夜饭必备菜 | 学会全家夸你是大厨【附教程】
马上就是2024年了，新年跨年大家都怎么过呢~不如自己动手做饭，这算是承载了一年希望的味



年夜饭必备菜 | 学会全家夸你是大厨【附教程】
马上就是2024年了，新年跨年大家都怎么过呢~不如自己动手做饭，这算是承载了一年希望的味

2) 春节旅行vlog+信用卡优惠，锁定目标用户



3) 新年限定+多重福利，洞察用户需求



金融行业春节投放节奏建议

时间线	1.31-2.3	2.4-2.11	2.12-2.17	2.18-2.29
阶段定位	错峰冲量期	内容蓄水期	核心抢量期	稳定抢占期
阶段目标	前置投放节点错峰 低价获客高效转化	打造高赞爆文笔记 内容沉淀测试数据	核心客群精准触达 强势曝光集中引爆	错峰电商稳定获客 搜索拦截抢占卡位
核心策略	前置化积累优质笔记、 搭建计划，放大投放 量级，错峰抢量	赛马测试各类笔记方 向，做好高潜笔记积 累，为后续起量蓄势	基于前期高互动内容 储备，通过核心词卡 位，搭配私信1v1促转	避开与电商抢占信息流智能 及电商标签人群，使用人群 包或高级定向 加大搜索投放，对品牌/品 类/口碑词等做关键词细分 关注站内SOV和SOC变化
内容策略	前置化储备的笔记素材 增量投放，错峰收割	前期素材赛马测试沉淀数 据，储备各场景、人群的 内容，供下一阶段放量	优质素材增量，素材轮换， 淘汰转化差的素材。注意 素材多样性，避免判重	筛选各细分卖点高转化笔 记，注意笔记买词，进行 搜索加推，抢占卡位
预算分配	信息流：搜索=7：3	信息流：搜索=6：4	信息流：搜索=7：3	信息流：搜索=4：6



2024年度

小红书 金融行业月报

期待携手共赢!

小红书商业化
助力每一个好产品生长

为什么我劝你
先别给孩子买保险

没有工作单位
怎么报销生育费?

看牙前买份保险

儿童保险配置

生病感冒能报销

百万医疗
大测评

我反对百万医疗

55元/月
宝宝实用保险

爸妈持“旅游签证”
如何选医疗保险

养老险
意味着什么?

这四个保险必买

小红书

保险的各种套路

收入再低
这两个保险必买

收入越低越要买

小红书

小红书号: 603876447