

The background image shows a modern kitchen. On the left, a woman in a white shirt and grey apron is cleaning a stainless steel refrigerator. On the right, a man in blue work clothes is standing on a step ladder, working on a wall-mounted range hood. The kitchen has light wood cabinetry, a white countertop, and various kitchen items like bottles, a bowl of vegetables, and a toolbox on the counter. A window with white curtains is visible in the background.

小红书

小红书 *KOS* 生美家政行业营销通案 *2.0*

2023.11

Contents

01 KOS价值

02 运营指南

03 链路转化

04 产品手册



适配行业客资&种草客户 是品牌内容矩阵的丰富 解决三大问题

1



KOS价值

INTRODUCTION TO THE KOS PROJECT

KOS行业适配性&产品优势总结

- 产品总结：KOS是在官号投放之外，对于品牌主增加自己的博主种草途径，相对于官号的官方内容方向，可以以第三方用户视角身份进行种草宣传，对笔记进行蒲公英加热和聚光投放，放大营销价值；
- 行业适配性总结：目前到综行业站内官号投放内容同质化极高，导致高需服务私信成本&品牌营销成本一路飙升，素人种草身份更能说服用户，特别是头部客户&热门类目，官号投放竞争激烈下，搭配KOS能够增加获客渠道，提升账户消耗；

1

更低内容&投放成本，放大KOS笔记互动价值、助力到综品牌精准定位意向用户；

2

扩大品牌自持内容资产，丰富品牌内容矩阵；

3

支持广告流量下跳转导购私信&私信通，投放更便捷，可归因。



IP定位方向 形成内容公式 精准投流赋能 真实放大种草

2

KOS运营指南



KOS OPERATING STRATEGY

立人设-KOS原生内容拉近与用户的距离

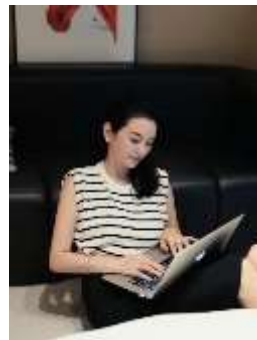
//



STIMULATE
DEMAND

01

品牌“主理人”



【品牌态度】



【培训日常】



【品牌故事】

02

服务“代言人”



【工作分享】



【行业揭秘】



【经验分享】

03

金牌“经纪人”

INSPIRE LIVES



【福利官】



【经验秘籍】

【明星员工】

//

懂用户-结合到综趋势打造原生化商业笔记

用户在小红书会爱看

商业笔记想获得更好的种草效果，建议在内容形式上贴近UGC原生内容。

热点洞察+商业内容

更有机会打造出爆款商业笔记。



01

工作日常记录

04

变美过程记录

02

热门话题揭秘

05

特色人群案例

03

用户经验分享

06

行业经验分享

//

看方向-家政服务KOS笔记方向



日常工作记录

热门话题揭秘

用户体验分享

//

看方向-生活美容KOS笔记方向

小红书



顾客变美实录



特色人群案例



行业经验分享

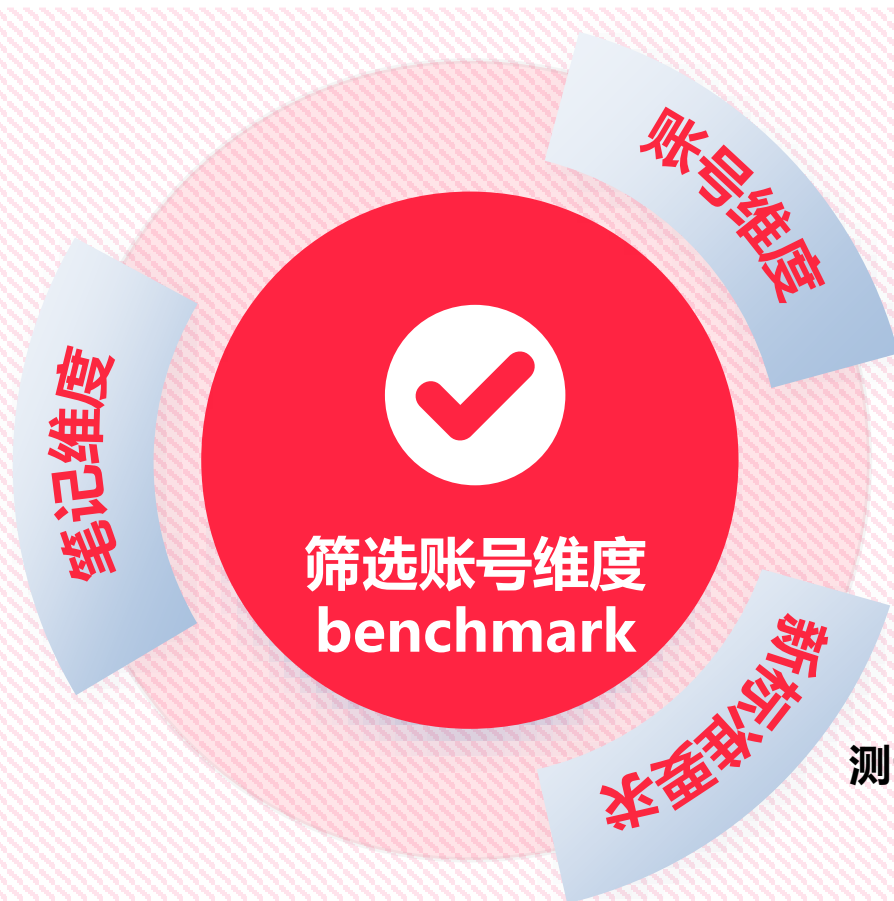


//

选内容-看数据科学高效筛选

小红书

核心内容正向，
符合**商业转化利TA笔记**
点击赞 **> 10** 或评论数 **> 5** 优先

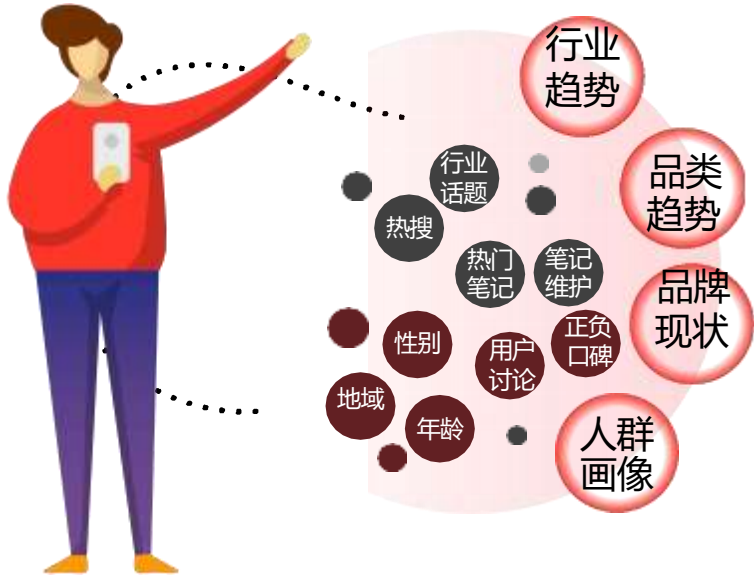
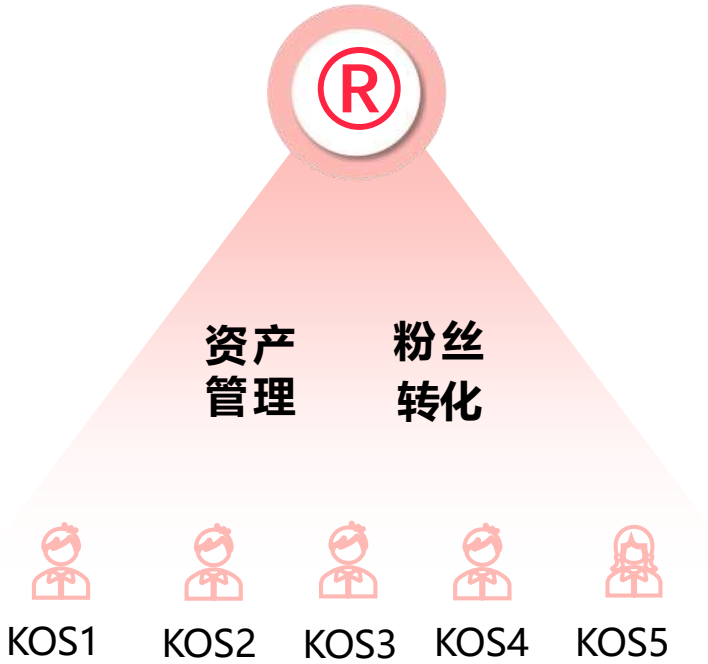
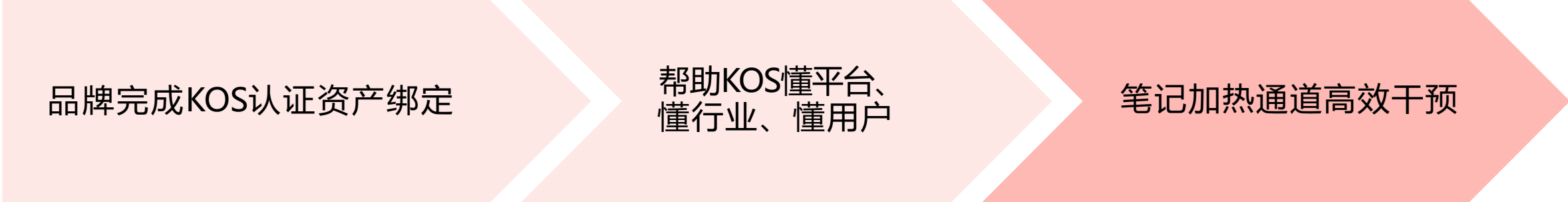


粉丝量 **> 200**
累计笔记产出 **> 50**
每周 **> 5** 篇笔记产出

测试初期，账号至少储备 **10+** 笔记

//

内容赋能+流量加热，助力KOS生态



放大好内容 | 精准投流

FILTER

筛选优质的KOS笔记

人工筛选or广告流量数据筛选

日常分享



行业揭秘



经验分享



FEED

信息流广告激发需求，埋种草心智



SEARCH

搜索广告精准拦截，层层击穿产品心智

搜索词

投放动作

月嫂多少钱一个月、保姆怎么找、方圆脸适合什么脸型

辐射场景词

小时工、保洁、保姆、月嫂、育儿嫂、眉型设计

打透品类词

上海保洁、上海眉型设计、北京spa、北京保姆

拦截地域词

XX保洁、XX眉型设计、XXspa、XX保姆

坚守品牌词

目标明确的投放策略



目标	潜力笔记种草	高优笔记客资转化	客群维护	
策略	筛选内容，投流放大	促成意向用户转化	核心受众维护及复购	
内容建议	经验分享、行业揭秘	好评晾晒/价值凸显	活动利益点透传	
★ 预算建议	信息流比重	70%	50%	20%
	搜索比重	30%	50%	80%
投流策略	品牌搜索人群/品牌粉丝/赛道种草人群			
	同品类兴趣人群/同类产品搜索人群			
	本地生活兴趣人群/母婴兴趣人群/家居兴趣人群	关键词兴趣人群/关键词行为人群/DMP人群包	品牌一方人群数据/本品认知人群/本品牌种草人群	
关键词类型	品牌词/品牌产品词			
	品类词/同类品词			
	场景词/相关竞品词	核心业务词/行业需求词	品牌词/品类词	

CASE#某家政品牌以KOS矩阵提升品牌获客收益

小红书



人设够稳——戳中用户家政痛点

《雇主找保姆百科全书》作者，一线经纪人，三年经验，网红销冠，签约是服务的开始，而不是终止，家政不是一锤子买卖，销冠的秘诀就是踏踏实实做好服务！凭良❤️做事！全国可派阿姨！销冠服务！👍

立住人设



站内社群——群聊满员

拉动转化

高赞笔记

sleepymiao
已经拜谈，希望可以从业主角度出发的实在中介能越来越多👍👍👍 08-25 北京 回复
感谢支持 08-26 北京 回复
展开 4 条回复

评论区互动



如何在种草后引导兴趣用户下单转化

3



站内KOS转化链路

INTRODUCTION TO THE KOS PROJECT

//

KOS串联「种草」「导流」「转化」「服务」一站式链路

小红书

种草

KFS科学种草扩大影响力

转化

助推购买决策兴趣转下单

导流

精准人群导流至线上/线下场域

服务

无忧购物一站式服务

//

场景1: 笔记种草-向线下门店/员工目的地引流



- ① 个人简介含企业号名称&岗位名称 &门店地址
- ② 笔记中带上门店地址
- ③ 图片中添加地址标签
- ④ 文案中写明地址信息
- ⑤ 私信中发送地址信息咨询用户

场景2: 客资收集- 统一引流到企业号私信通

demo



KOS主页展示 @主账号



广告引流挂私信组件

私信咨询



私信组件



进入私信页咨询产品/服务

商家后端使用「私信通」统一承接

//

场景3: 商品转化- 向店铺/小程序下单交易



KOS主页展示主账号店铺



跳转店铺



小红书小程序/店铺

5大核心能力 账号管理流程 完整产品手册链接

4



KOS全链路及指引

INTRA-STATION KOS CONVERSION LINK

KOS 5 大核心能力

KOS账号管理体系

✓ 支持KOS账号管理能力:

- 支持线上绑定KOS小红书账号
- 支持解绑、换绑、冻结等操作
- 支持KOS个人页展示品牌岗位标签
- 支持账号企业号绑定和个人号授权

企业号员工绑定: 账号归属企业

个人号授权绑定: 账号归属员工

KOS笔记内容管理

✓ 支持KOS笔记内容管理:

- 员工账号绑定后, 品牌/代理可在PC端查看KOS近期笔记
- 可自定义笔记筛选及审核

KOS推广能力

✓ KOS笔记内容投放:

- 支持KOS笔记推广
- 推广场景下支持挂载私信组件/商品组件/表单组件
- 组件点击等投放数据可查询
- 推广场景下, 私信豁免权益

KOS数据看板

✓ 新增KOS数据看板:

- 可查看KOS账号、笔记、交易数据查询及导出
- 支持企业视角和员工视角
- 支持移动端App查看KOS数据

KOS交易能力

✓ KOS商品分销能力:

- KOS获得对应专业号店铺的商品分销权限能力 (笔记/私信/群聊/直播)

✓ KOS归因计佣能力:

- 平台可提供KOS带货订单信息

群聊/直播带货能力规划中

01.KOS账号2种绑定模式



企业员工号

- **企业员工号绑定**：由企业申请，新建或将员工的个人小红书账号与企业号绑定成为员工账号。可将账号交由员工进行负责， **账号归属企业，员工离职不可带走。**
- 员工离职后，企业可将员工账号**移交其他员工**进行运营。

员工个人号授权

- **员工个人号授权**：由企业申请，员工同意将个人小红书账号与企业号进行绑定成为员工账号， **账号归属员工个人，员工离职可带走。**
- 员工离职时**企业可取消绑定**，绑定删除后，账号归员工个人。

02.KOS员工账号权益——数据看板能力



1

APP员工交易数据

DEMO

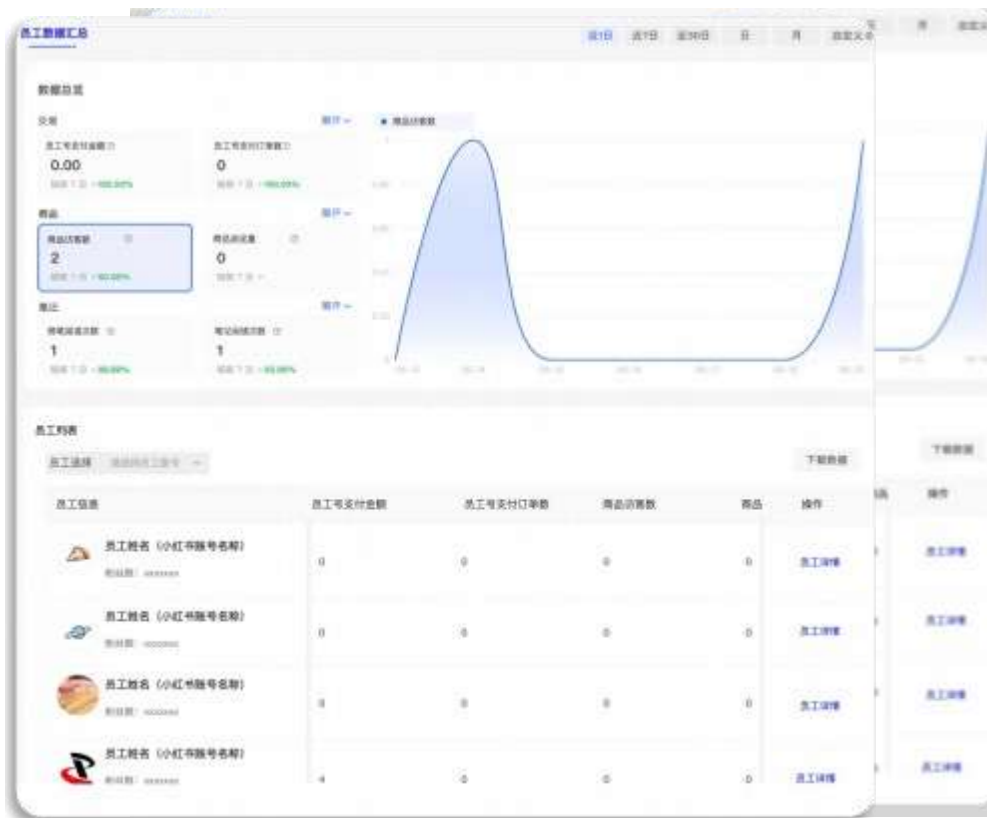


DEMO



2

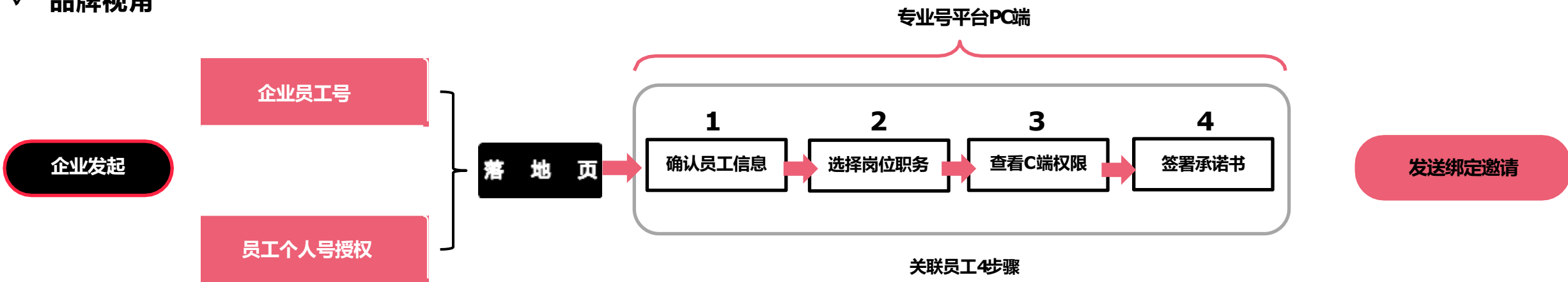
PC端员工交易数据



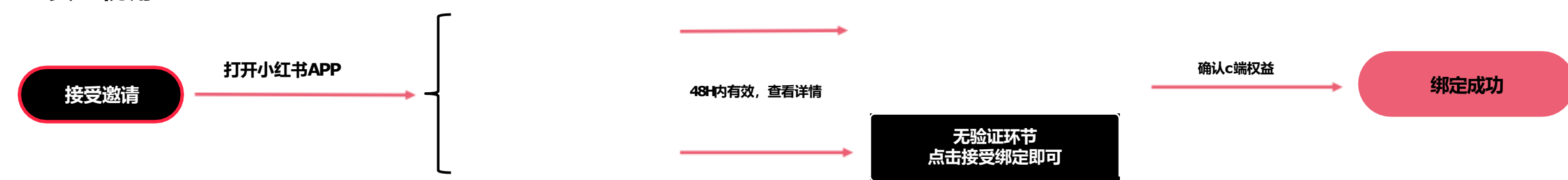
03.KOS账号绑定核心流程一览



✓ 品牌视角



✓ 员工视角



04.KOS账号绑定流程介绍



Step 0 绑定员工账号基本条件

- 企业需开通**员工账号管理权限**。当前权限以**邀请内测形式**开放，若有需求请联系对应销售申请。
 - ① 在中国境内，线下门店数量 ≥ 10 家（文旅行业特殊性不做此要求）；在小红书近一年内未曾因为严重的违规营销行为被社区封禁
 - ② 企业账号需为企业专业号
 - ③ 员工账号**未开店**且已绑定手机号
 - ④ 员工账号绑定类型分为「**企业员工号**」与「**员工个人号授权**」两种

Step 1 与员工确认账号使用及管理归属

- ① 「**归属于企业**」 由企业发起，新建或将员工的个人小红书账号与企业号绑定成为「企业员工号」。可将账号交由员工进行负责，账号归属企业，**员工离职不可带走。员工离职后，企业可将员工账号移交其他员工进行运营。**
- ② 「**归属于员工**」 由企业发起，员工将个人小红书账号授权与企业号绑定为「员工个人号授权」。账号归属员工个人，员工离职可带走。员工离职时**企业可取消绑定，绑定删除后，账号归属员工个人。**

04.KOS账号绑定流程介绍



Step2-1 「品牌视角」 员工账号绑定入口

- 品牌登录「专业号平台」，从左侧菜单栏「帐号管理-员工账号」进入。



Step 2-2 选择合适的绑定模式

- 根据绑定需求选择点击「企业员工号」或「员工个人号授权」，输入要绑定账号的「小红书号」并搜索，点击「申请绑定」。

——批量绑定能力规划中



04.KOS账号绑定流程介绍



「代理视角」 员工账号绑定入口

代理商侧：请首先登入蒲公英平台！

- ① 右1左上角切换至【内容合作】
- ② 点击【订单管理】 -> 【用户笔记管理】 -> 【员工笔记管理】
- ③ 选择【报备品牌】，进入右2页面。可点击【前往专业号平台】跳转到对应品牌的专业号平台页面，帮助品牌绑定员工关系/查看员工数据
- ④ 其他绑定步骤流程同品牌视角流程



⚠ 注意：代理商不能直接登录专业号平台，如果需要登录的话必须从蒲公英平台跳转。

04.KOS账号绑定流程介绍



Step2-3-1 企业发送绑定邀请

● 在「绑定信息」页面确认员工信息

1. 填写该员工姓名、身份证号；
2. 上传合法、有效的在职证明或劳动合同；
3. 选择员工岗位类型； 此岗位信息将会以身份标识的形式展示在员工账号的个人页中；

注：

- ① 如在职证明等信息上传不合规的情况，绑定关系将被平台解除，并限制30日之内不能新增邀请绑定员工号，请务必遵守平台规则
- ② 员工岗位列表仅可选择下拉列表岗位名称，暂不支持自定义。

DEMO

1 2 3 4
确认员工信息 选择岗位 查看员工号权限 签署承诺书

1 绑定说明

员工账号类型说明：

- 企业员工号：企业申请将员工使用的小红书账号归属为公司账号，员工离职之后该账号仍然归属企业。
- 员工个人号授权：企业通过授权将员工个人小红书账号添加为员工号。员工离职后账号依旧归属员工个人。

*以上两种账号类型均会授权员工使用主页公司标识、商品笔记、私信服务等组件等企业号营销工具。

提交材料说明：

- 员工姓名与身份证号码在员工接受绑定时会进行校验，请仔细检查。
- 根据平台规定，绑定账号须为企业员工，需提交真实有效的在职证明/劳动合同，否则平台可视违规程度对员工号及企业进行违规处置。

姓名 *
请填写员工的真实姓名 0/24

身份证号码 *
请填写对应的身份证号码 0/18

在职证明/劳动合同 *
选择文件

下一步

DEMO

1 2 3 4
确认员工信息 选择岗位 查看员工号权限 签署承诺书

1 请选择员工岗位信息，此岗位信息将会以身份标识的形式展示在员工账号的个人主页中。

示例图：

岗位类型：
导购
导购
店长
客服
员工
助理
主播人

04.KOS账号绑定流程介绍



Step 2 - 3 - 2

4. 选择岗位类型后，查看员工号权限

注：企业员工号和个人号授权2种模式员工权益一致

5. 确认无误后签署「承诺书」及「服务协议」，即发送绑定邀请。

DEMO



DEMO



04.KOS账号绑定流程介绍



Step 3 - 1

- 员工登录「小红书APP」，进入「消息-消息通知」可看见「企业员工号」/「员工个人号授权」绑定邀请通知，点击「查看详情」进入详情页。

注：需在**48小时**内接受绑定，否则申请过期。失效后需重新发送邀请

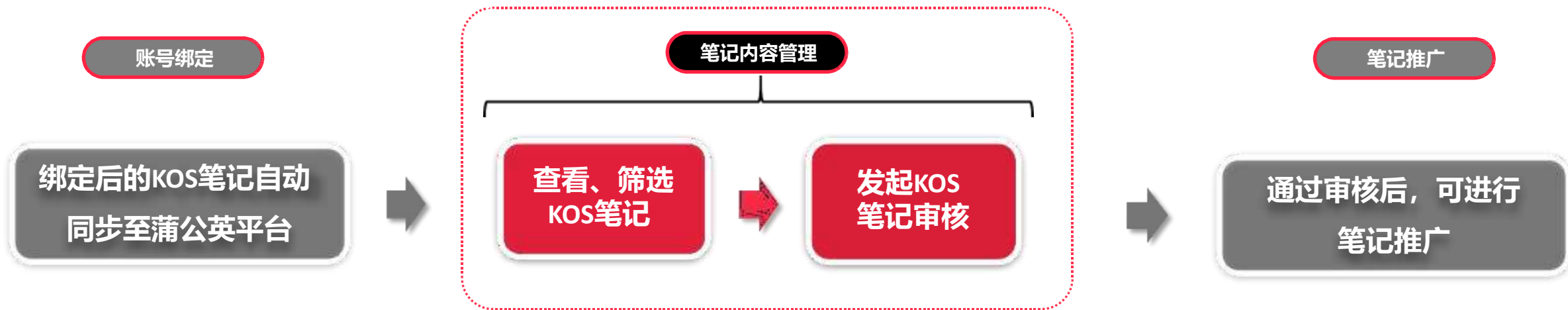


「企业员工号」



「员工个人号授权」

01.KOS笔记内容管理流程一览



✓ 红色为客户/代理操作

「专业号平台」

「蒲公英平台」

「聚光平台」

02.KOS笔记授权审核条件



1. 笔记内容符合《社区审核规范》和《蒲公英笔记审核规则》
2. 笔记内容和品牌直接相关：如产品信息、折扣信息、品牌理念等。
3. **笔记发布时间在近90日内!**



可通过笔记



不可通过笔记

03. 蒲公英平台登陆——品牌视角



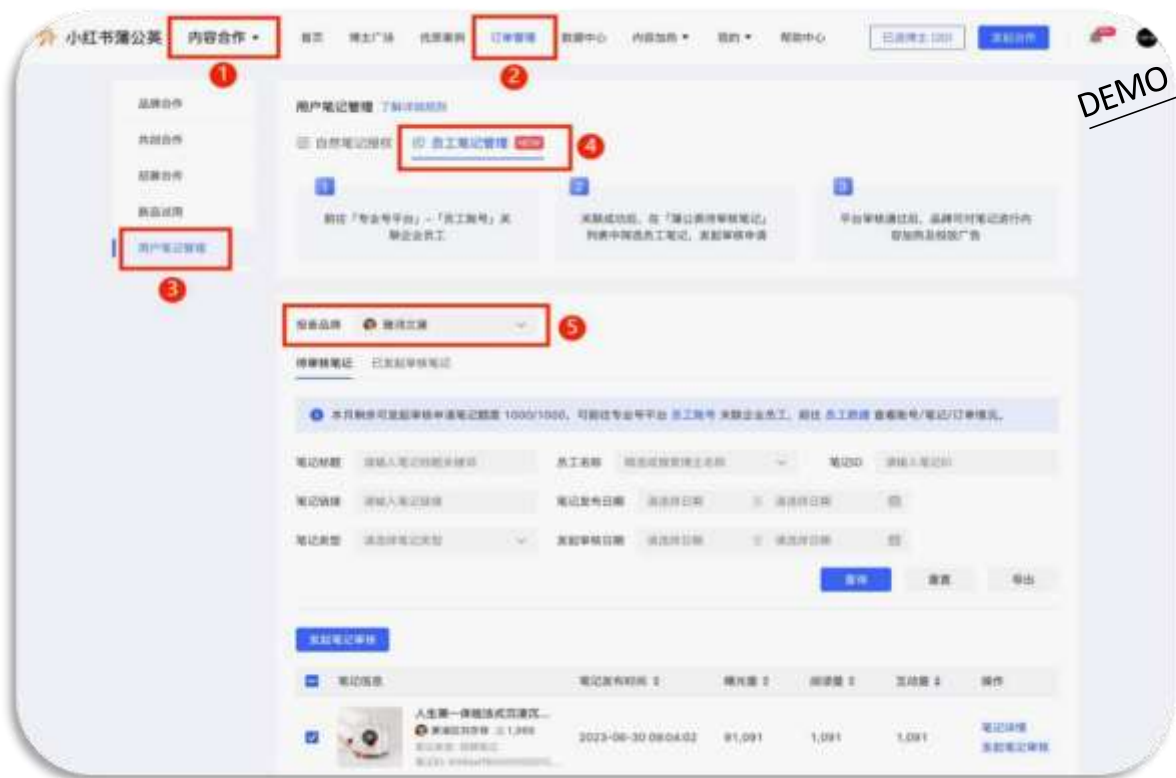
1. **登陆蒲公英笔记授权页面：**首先登录蒲公英页面<https://pgy.xiaohongshu.com/>，输入信息，完成登录。
2. **品牌侧：**页面左上角切换至【内容合作】，点击【订单管理】->【用户笔记管理】->【员工笔记管理】，进入页面



03.蒲公英平台登陆——代理视角



1. 代理商侧：页面左上角切换至【内容合作】，点击【订单管理】->【用户笔记管理】->【员工笔记管理】，选择【报备品牌】，进入该页面。



代理商可点击【前往专业号平台】跳转到对应品牌的专业号平台页面帮助品牌绑定员工关系/查看员工数据

04. KOS笔记筛选&发起审核



1. 若未在专业号平台完成员工账号归属&授权关系绑定，可点击【**员工账号**】跳转链接前往专业号平台完成绑定。
2. 若已在专业号平台完成员工账号归属关系绑定，点击【**待审核笔记**】可查看员工已同步至蒲公英平台的全部笔记。选择希望授权&投放的笔记后，点击【**发起笔记审核**】，完成申请，进入平台审核。

待审核笔记 已发起审核笔记

DEMO

① 本月剩余可发起审核申请笔记额度 1000/1000，可前往专业号平台 [员工账号](#) 关联企业员工，前往 [员工数据](#) 查看账号/笔记/订单情况。

笔记标题	请输入笔记标题关键词	员工名称	精选或搜索博主名称	笔记ID	请输入笔记ID
笔记链接	请输入笔记链接	笔记发布日期	请选择日期	至	请选择日期
笔记类型	请选择笔记类型	发起审核日期	请选择日期	至	请选择日期

查询 重置 导出

发起笔记审核

笔记信息	笔记发布时间	曝光量	阅读量	互动量	操作
<input checked="" type="checkbox"/> 人生第一体验法式沉浸... 黄浦区刘亦菲 总: 1,999 笔记类型: 视频笔记 笔记ID: 649baff80000000012...	2023-06-30 09:04:02	91,091	1,091	1,091	笔记详情 发起笔记审核

TIPS:

可按照笔记发布时间/曝光量/阅读量/互动量一键智能排序，全量笔记管理，高效筛选笔记！

每月品牌授权员工笔记限额1,000篇。

05. 查看笔记审核状态



1. 点击【已发起审核笔记】可查看已申请审核的全部员工笔记状态，通过审核后的笔记可在该页面发起加热和前往聚光投放。

DEMO

待审核笔记 **已发起审核笔记**

本月剩余可发起审核申请笔记额度 1000/1000, 可前往专业号平台 员工账号 关联企业员工, 前往 员工数据 查看账号/笔记/订单情况。

全部 审核中-2 审核不通过-3 审核通过-1

笔记标题: 请输入笔记标题关键词 员工名称: 请选择搜索博主名称 笔记ID: 请输入笔记ID

笔记链接: 请输入笔记链接 笔记发布日期: 请选择日期 笔记ID: 请输入笔记ID

笔记类型: 请选择笔记类型 发起审核日期: 请选择日期 笔记ID: 请输入笔记ID

查询 重置 导出

笔记信息	审核发起时间	状态	操作
人生第一体验法式浪漫沉浸式... 真溪区刘亦菲 点 1,899 笔记类型: 短视频 笔记ID: 8486a1f80000000012332989	2023-06-30 09:04:02	审核通过	内容加热 前往聚光 更多
人生第一体验法式浪漫沉浸式... 真溪区刘亦菲 点 221,899 笔记类型: 图文笔记 笔记ID: 8486a1f80000000012332989	2023-06-30 09:04:02	审核不通过	发起审核申请 笔记详情
人生第一体验法式浪漫沉浸式... 真溪区刘亦菲 点 1,899 笔记类型: 短视频 笔记ID: 8486a1f80000000012332989	2023-06-30 09:04:02	审核中	笔记详情

10 条/页 共 3000 条, 200 页

< 1 2 3 4 5 > 跳至 页

注意:

客户需在「已发起审核笔记」列表页面中，选择想要进行投放的笔记，点击「前往聚光」，才可在聚光后台看到。

06. 投后数据复盘——笔记总览



1. 蒲公英平台点击【数据中心】，选择【按笔记查看】，在【订单来源】里选择【用户授权】，可以查看所有kos通过审核的笔记数据，直观对比笔记数据情况。

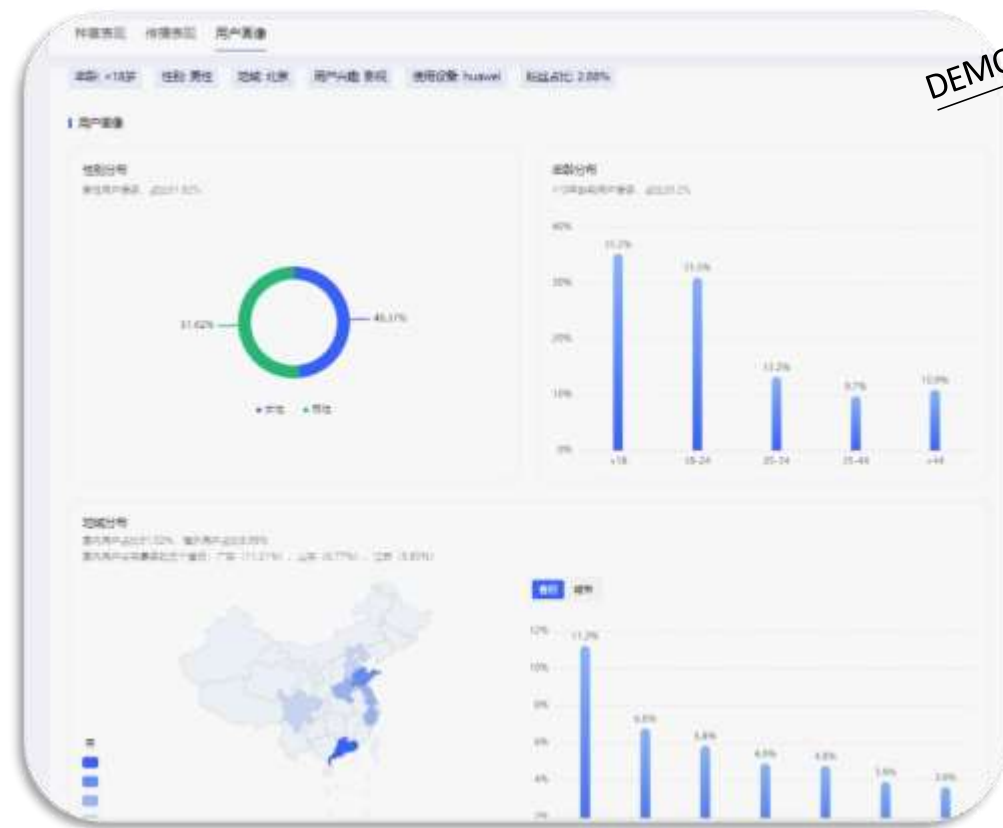


笔记信息	操作	曝光量	阅读量	视频笔记5s播放率	图文笔记3s阅读率	平均浏览时长	阅读UV	视频总时
<input type="checkbox"/> 我抓到夕阳了 笔记类型: 视频笔记 笔记ID: 64a7fa4d...	查看数据 内容加热	1,641	131	22.14%	-	5秒	116	16秒

06. 投后数据复盘——单笔记表现



1. 点击某篇笔记后的【查看数据】，可具体查看该篇笔记的全部数据表现，包括核心数据概览、笔记种草表现、传播表现、用户画像等数据，科学分析优劣笔记特点，精准提炼并改进导购笔记。



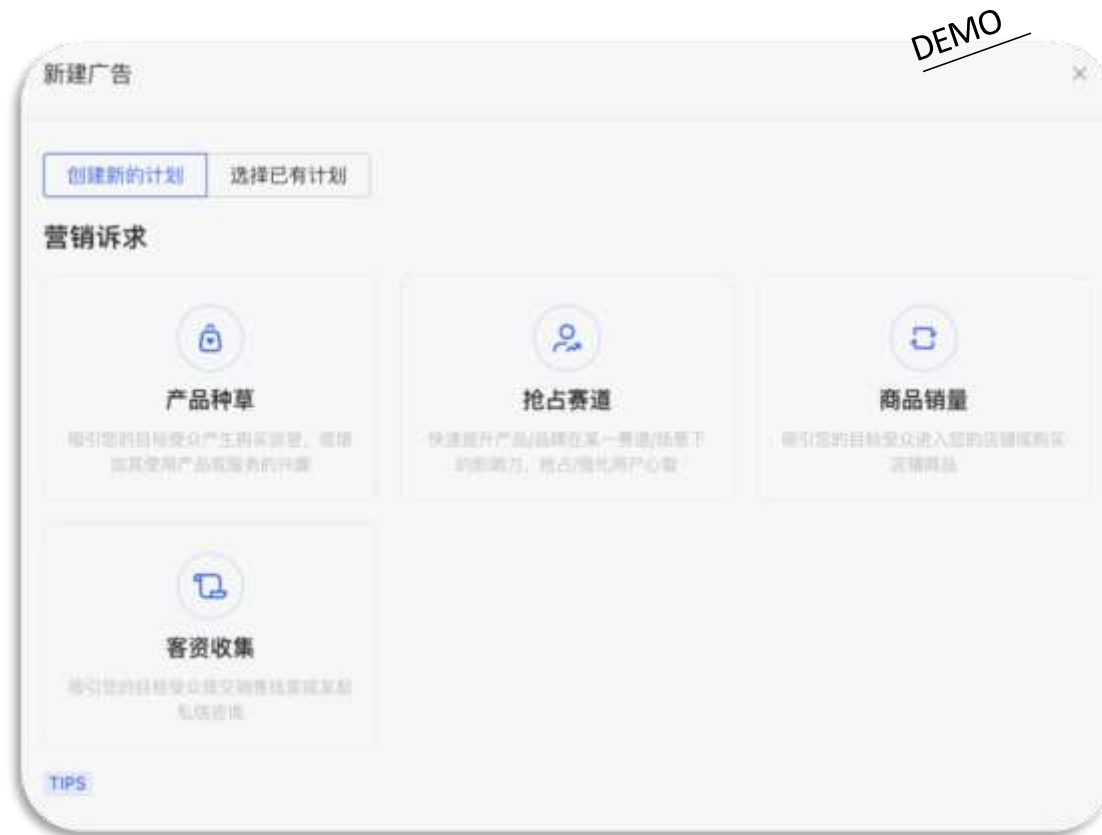
02.KOS笔记推广投放步骤



STEP 1

选择营销诉求

支持产品种草、抢占赛道、商品销量、客资收集



02.KOS笔记推广投放步骤



STEP 2

完成单元设置

1. **KOS笔记在「导购笔记」列表中**
2. 信息流/视频流/搜索广告需完成定向/选词



[完整版产品手册请点击此处查看](#)

06.KOS账号管理流程Q&A



Q: 为什么需要在专业号平台完成KOS授权和绑定流程?

A: 只有在专业号平台完成整个授权绑定流程, 才能享受KOS对应的营销权。

Q: 员工账号可以绑定的数量有上限吗?

A: 具体规则请咨询对应的销售经理。

Q: 一个号能否被多个企业号绑定为员工账号?

A: 不支持。一个个人号作为员工号只能绑定一个企业号。

Q: 员工在小红书App用手机号创建新账号是必须流程吗? 如果员工自己有小红书账号并且长期运营积累了一部分粉丝, 可以做绑定吗?

A: 1) 企业员工号绑定分为两种: 一种是创建新账号归属企业, 另一种是将员工个人已有的小红书账号归属企业。若想将员工个人已有账号绑定归属企业, 请与员工提前协商一致, 避免后续员工离职后产生账号归属权的纠纷问题。 2) 若只需要在员工在职期间使用员工的小红书账号做矩阵营销, 员工离职后带走账号, 可与员工协商后选择「员工个人号授权」的绑定方式, 此绑定方式下账号所有权不发生转移, 依旧归员工个人。

Q: 「员工号个人授权」解绑后可以被再次绑定吗, 有限制条件吗?

A: 1) 解绑时效限制: 「员工号个人授权」绑定生效30日后才可以操作解绑; 2) 解绑后再次被绑定限制: 「员工号个人授权」解绑后30日后才能再次被其他企业「员工个人号授权」绑定, 但是可以立即绑定「企业员工号」, 无时效限制。

Q: 「员工个人号授权」可以转换为「企业员工号」吗?

A: 目前暂不支持两种账号类型直接互换。如有类似的需求, 可以先将「员工个人号授权」的员工号解除绑定, 再重新发起「企业员工号」绑定流程。

Q: 企业员工号的手机号绑定、第三方绑定、实名认证绑定具体指的什么?

A: 每一个小红书账号都可以绑定手机号、绑定第三方应用 (微信/微博/QQ/Apple ID/华为ID), 后续可通过手机号/第三方应用登录小红书App; 企业员工账号开通过程中需进行实名认证, 保证账号安全的同时也可进行后续相关商业行为。

品牌如何调动全员写笔记？

(仅供参考)

01

单篇爆文奖

- ▶ 单人限制一篇，互动（赞、收藏、评论）合计超过100且排名前5，奖励1000元现金券

02

累计排名奖

- ▶ 累计互动（赞、收藏、评论）前10名，（不设限且同激励1叠加），奖励500元现金券

03

荣誉奖

- ▶ 累计互动（赞、收藏、评论）前3名奖励品牌周边1份

KOS整体执行建议

- 1) 设置专人对小红书SA账号和内容进行统一的管理
- 2) 设置合理的现金（提成）或投流等激励机制提升导购内容发布规模，便于后续赛马
- 3) 设置内容积累期/内容赛马期/商业流量放大期；

KOS客户从启动项目到产生稳定消耗，基本需要3-6个月。因此建议客户不要分散预算投放，最终筛选出10-20%左右的优质账号发力投放，同时对这部分账号进行月度/双月汰换机制。

OFF THANK YOU

