

The background image shows a modern kitchen. On the left, a woman in a white shirt and grey apron is cleaning a surface with a green cloth. On the right, a man in blue overalls is standing on a step ladder, working on a wall-mounted range hood. The kitchen has light-colored wooden cabinets, a white countertop, and various kitchen items like bottles, a bowl of vegetables, and a toolbox are visible.

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

01

品牌“主理人”

STIMULATE
DEMAND



【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】

【明星员工】



【经验秘籍】



//

懂用户-结合到综趋势打造原生化商业笔记

小红书

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

用户体验分享

06

行业经验分享

//

看方向-家政服务KOS笔记方向

小红书



日常工作记录

热门话题揭秘

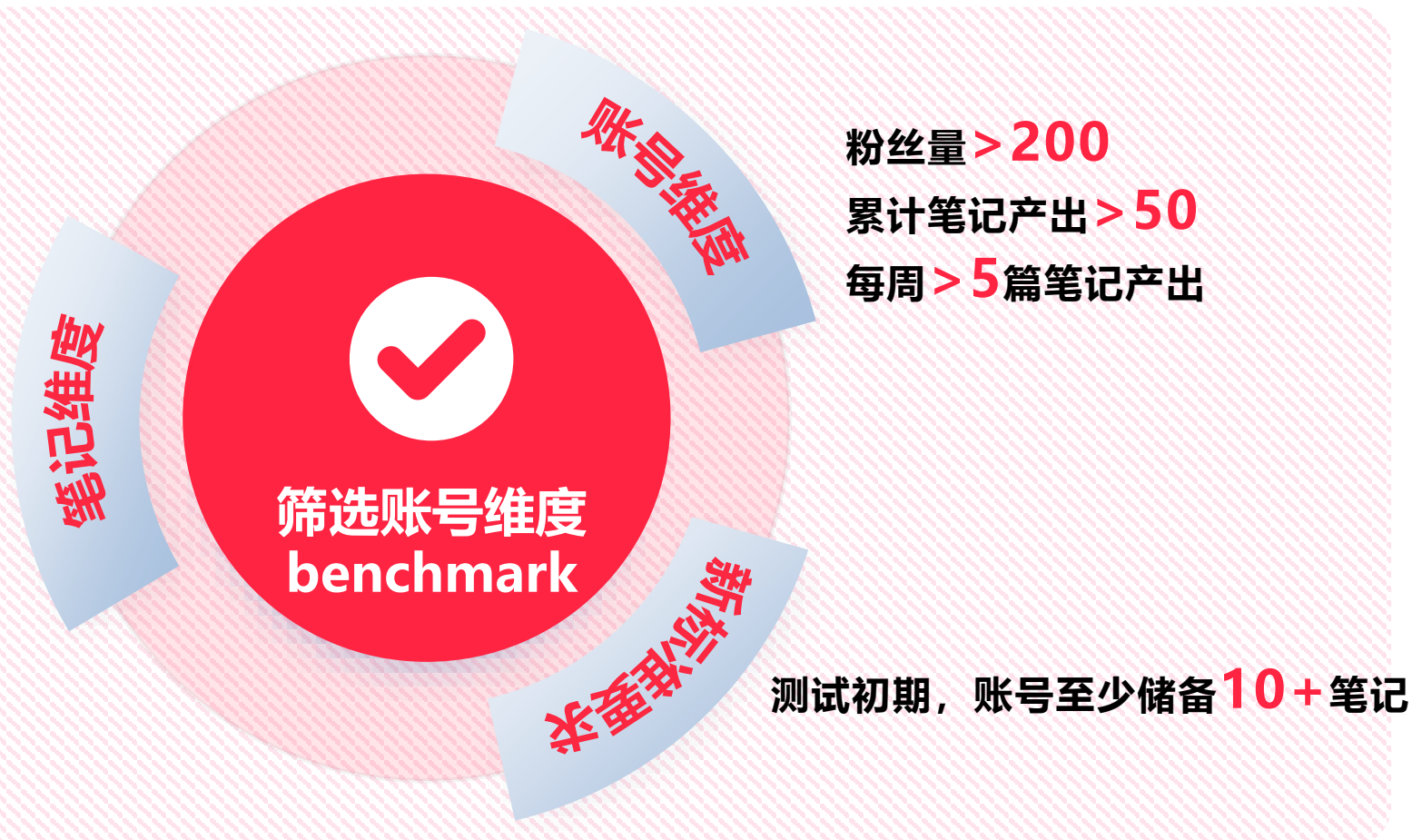
用户体验分享

INSPIRE LIVES



行业经验分享

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



//

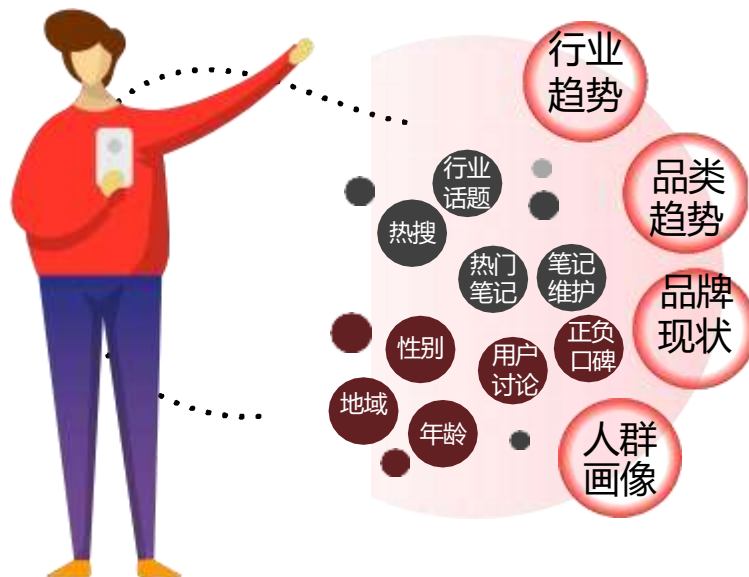
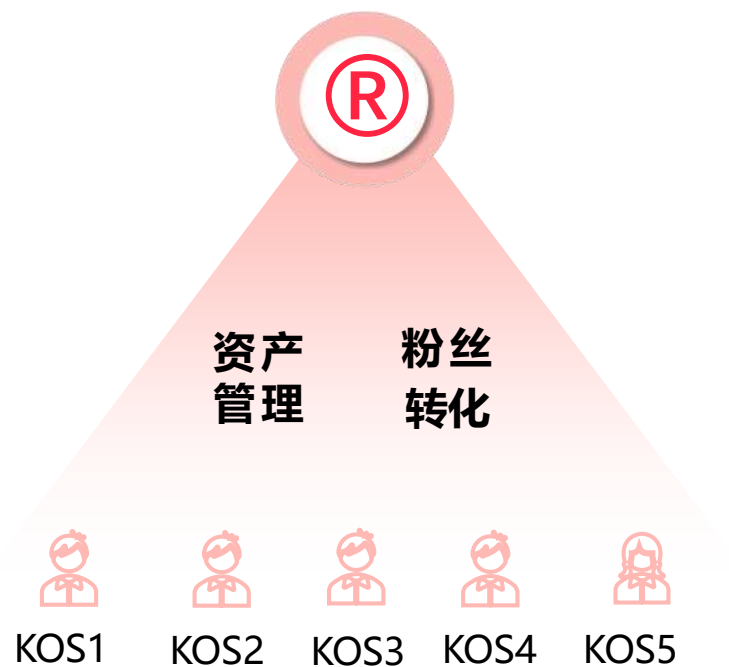
内容赋能+流量加热，助力KOS生态

小红书

品牌完成KOS认证资产绑定

帮助KOS懂平台、
懂行业、懂用户

笔记加热通道高效干预



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

KOS优质笔记

信息流：延长笔记生命周期，带动自然流量分发

潜力优质笔记

信息流：高效客资转化

人群定向高频触达精准人群



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	信息流人群	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

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



//

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

小红书

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

小红书

KO主页展示
主账号店铺



商品组件



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
- 推广场景下支持挂接私信组件/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

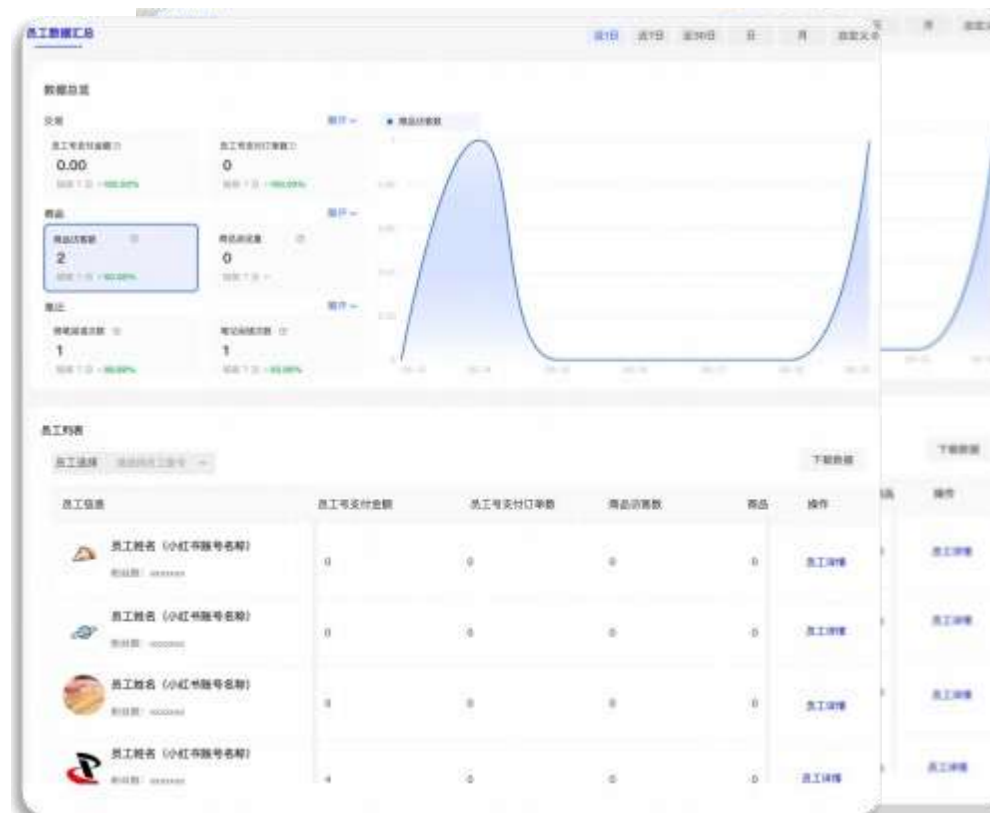


DEMO



2

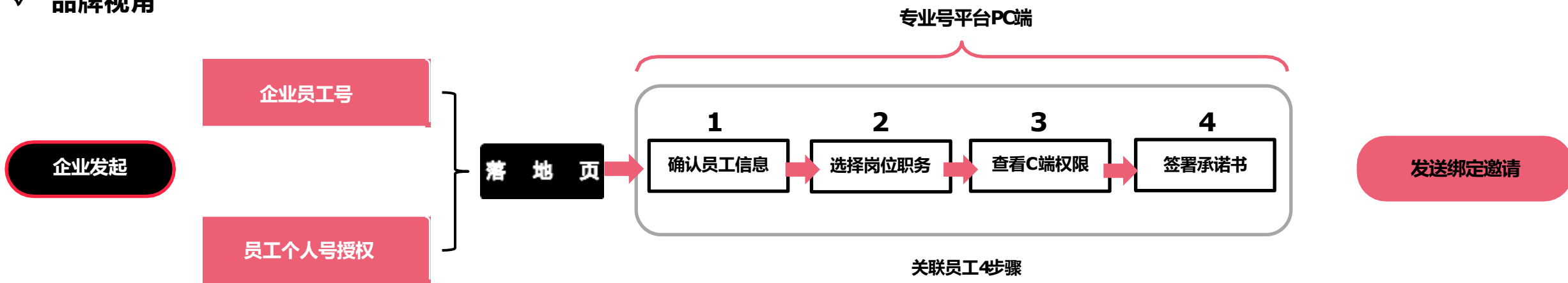
PC端员工交易数据



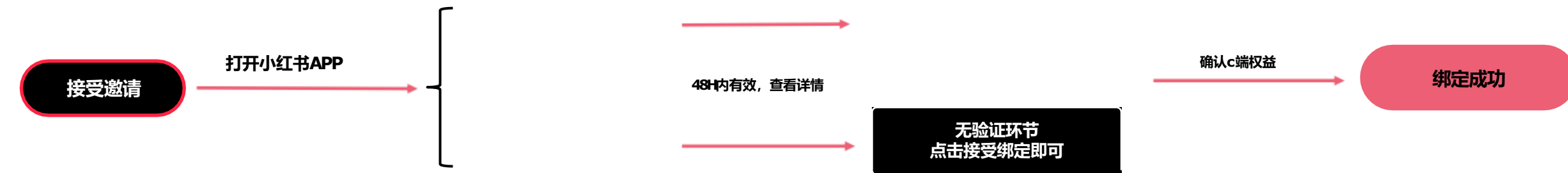
03.KOS账号绑定核心流程一览



✓ 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 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由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，绑定账号源为企业员工，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 *

上传文件

DEMO

2 选择岗位

请设置员工岗位信息。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
- 销售
- 店长
- 客服
- 员工
- 助理
- 主理人

04.KOS账号绑定流程介绍



Step 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

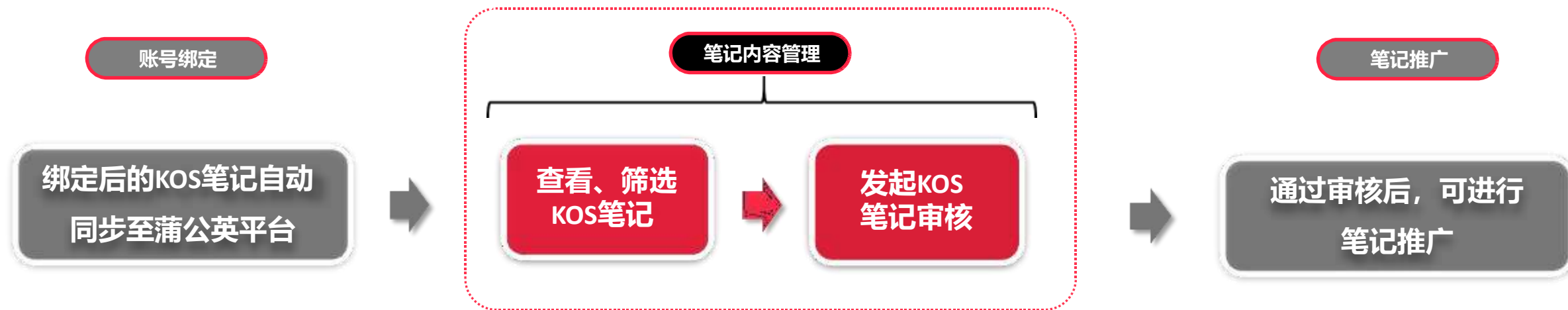


「企业员工号」



「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



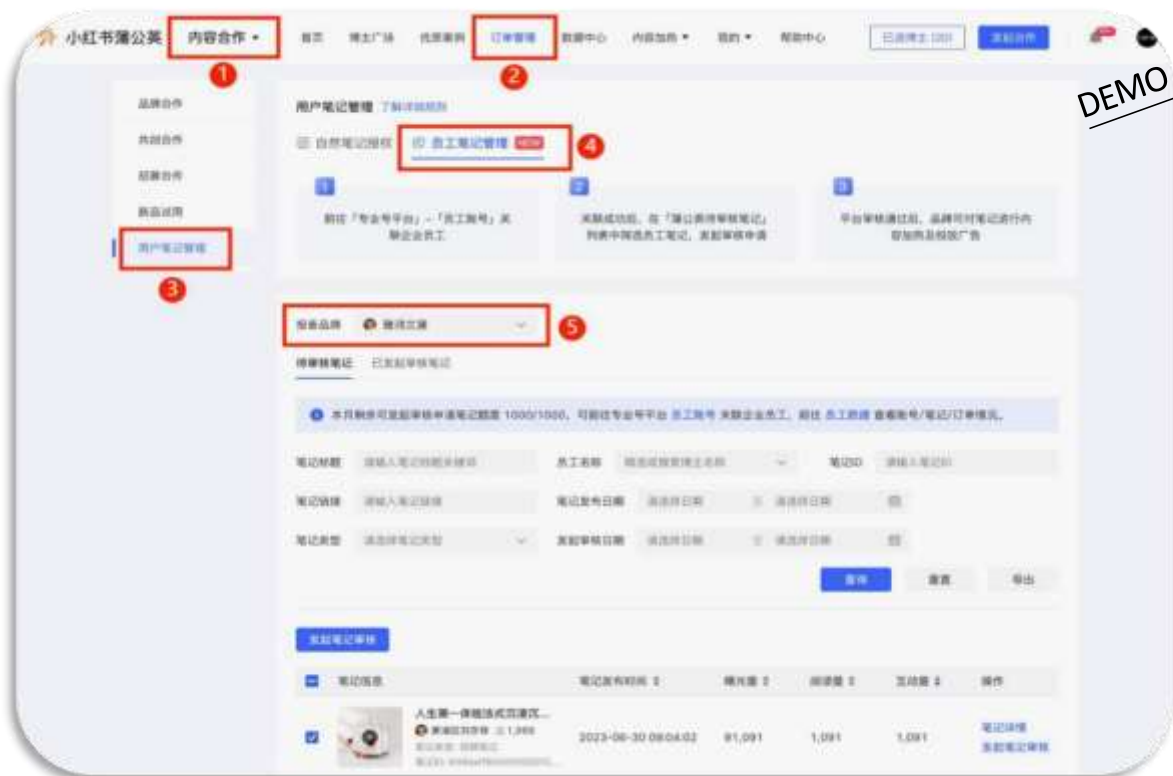
1. **登陆蒲公英笔记授权页面：**首先登录蒲公英页面<https://pgy.xiaohongshu.com/>，输入信息，完成登录。
2. **品牌侧：**页面左上角切换至【内容合作】，点击【订单管理】->【用户笔记管理】->【员工笔记管理】，进入页面



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			
☒		人生第一体验法式沉浸沉...	黄浦区刘亦菲 点 1,999	2023-06-30 09:04:02	91,091	1,091	1,091	笔记详情 发起笔记审核
		笔记类型: 视频笔记	笔记ID: 649baeff800000000012...					

TIPS:

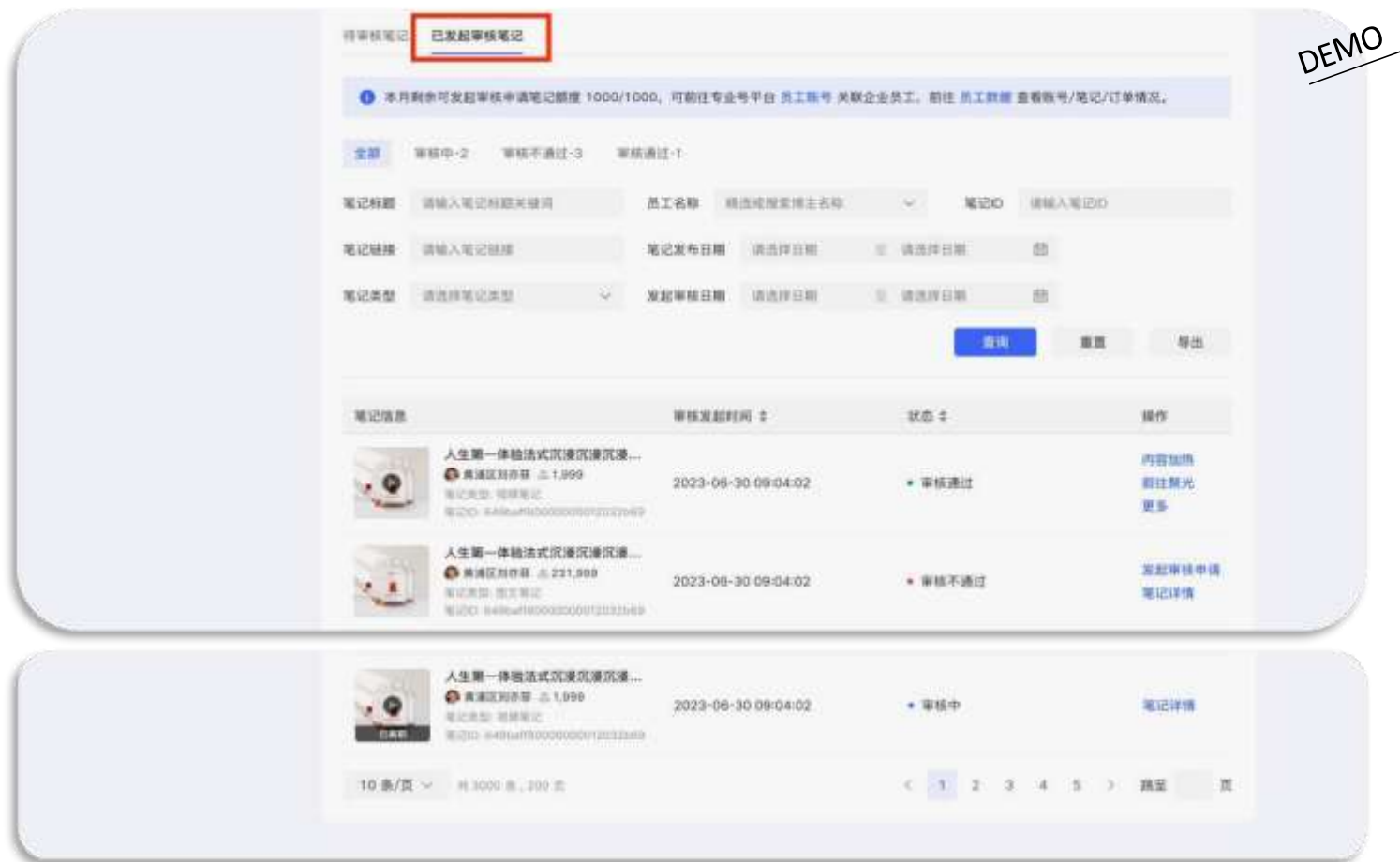
可按照笔记发布时间/曝光量/阅读量/ 互动量一键智能排序，全量笔记管理，高效筛选笔记！

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。



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。



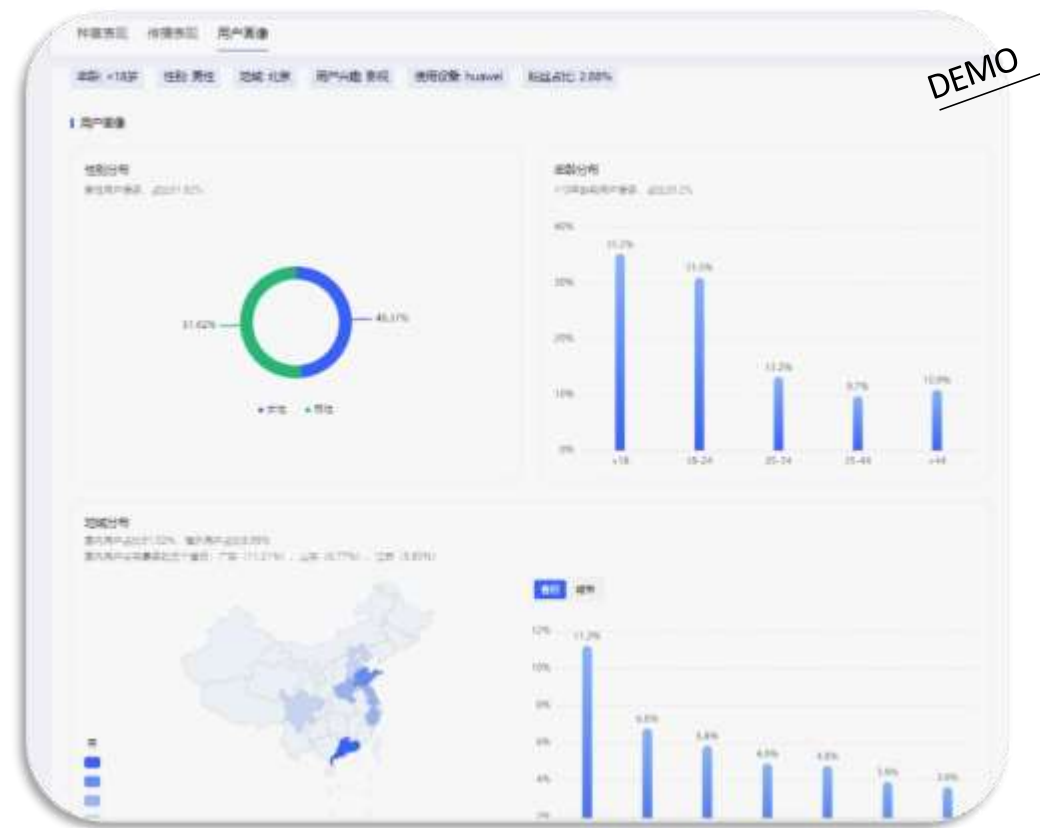
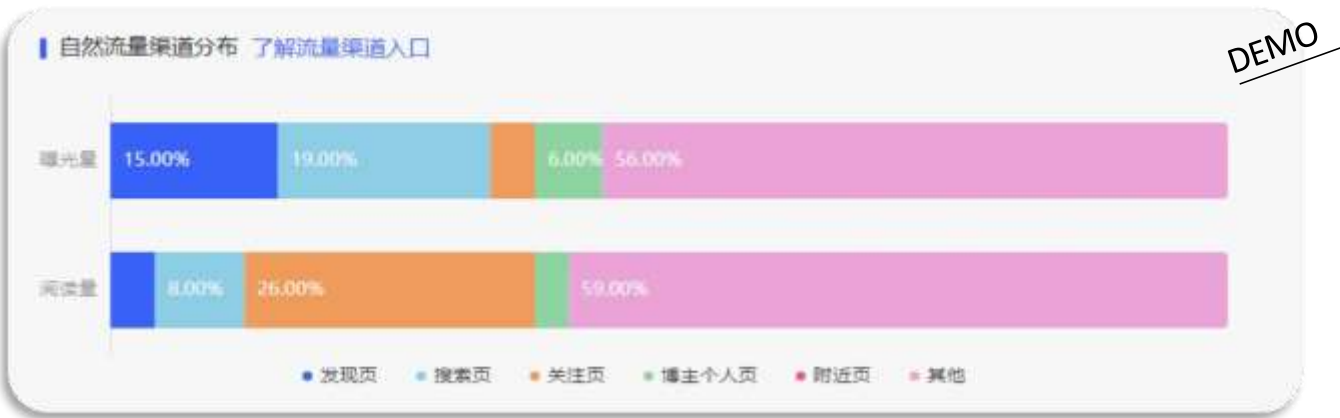
还可自定义数据标签列，批量导出数据哦

批量加热		已选笔记数 0/10		数据更新至 2023-07-17							自定义列
☐	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		
☐	 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。



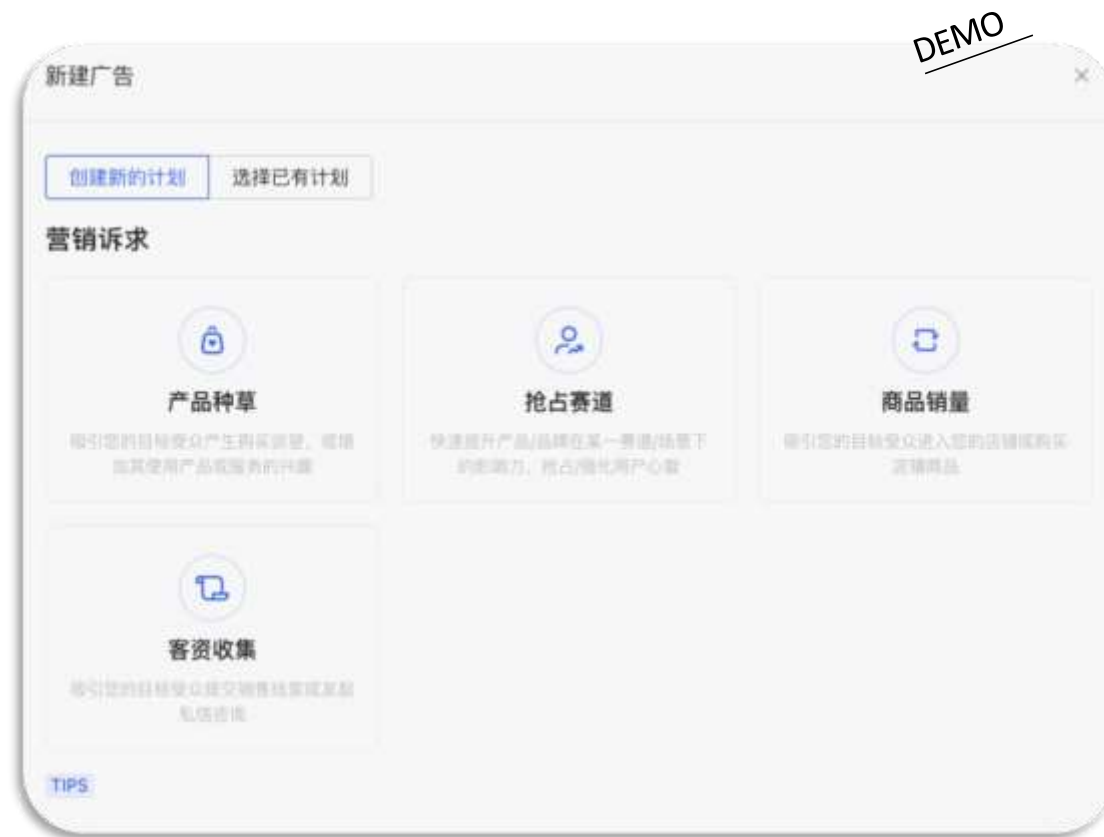
02.KOS笔记推广投放步骤



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。

小红书

OFF THANK YOU

商业部/生活服务行业/平台专家二部/到综行业运营