



WU LI GUAN

八王爷火锅

Marketing Plan

小红书种草营销方案

X I A O H O N G S H U Z H O N G C A O

2023.07



目录

四川
美食

CONTENTS

01.

社区分析

SHE QU FEN XI

02.

内容方向

NEI RONG FANG XIANG

03.

投放规划

TOU FANG GUI HUA

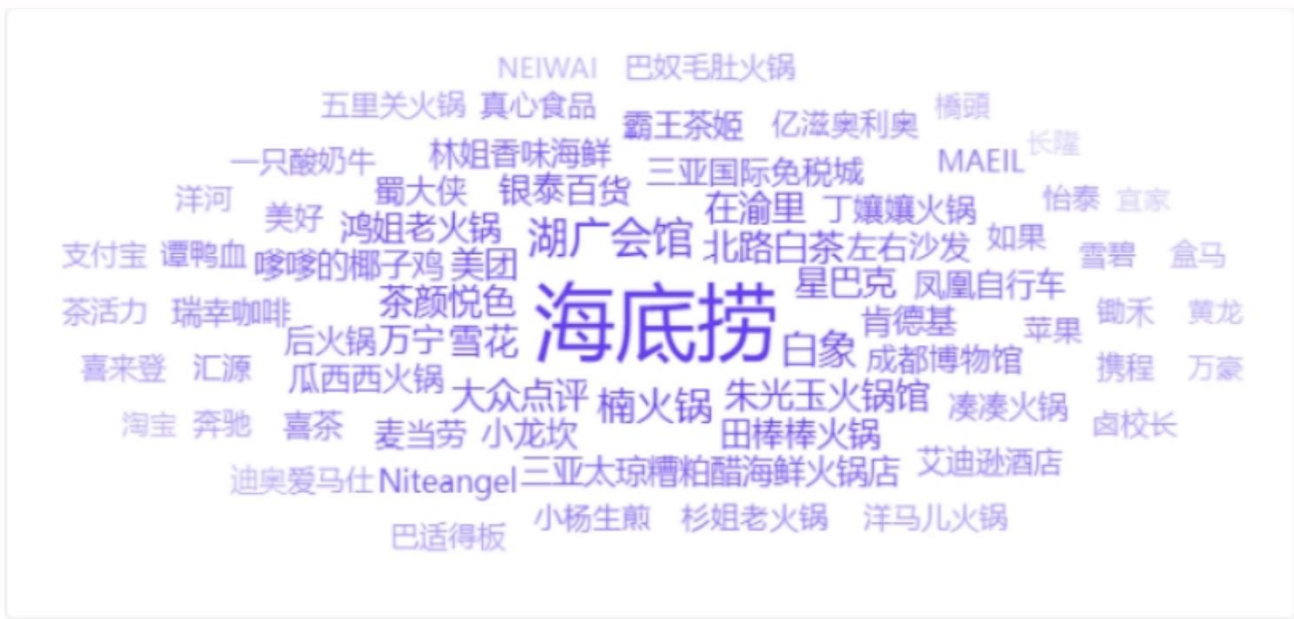
PART 01

社区分析

S H E Q U F E N X I



01. 小红书搜索火锅类目品牌词检索量占比



品牌名称	笔记篇数	占比	品牌名称	笔记篇数	占比
海底捞	3,066	12.07%	巴适得板	181	0.71%
湖广会馆	863	3.40%	奔驰	180	0.71%
德火锅	727	2.86%	五里关火锅	179	0.70%
白象	669	2.63%	携程	174	0.69%
北路白茶	534	2.10%	怡泰	167	0.66%
雪花	520	2.05%	洋河	167	0.66%

- 火锅店头部以**海底捞为首**，主要以素人日常生活分享笔记众多，品牌本身流量加持,常年在火锅品类霸榜。
- **第二梯队**主要品牌有：**楠火锅（2.86%）、朱光宇火锅（1.85%）、小龙坎（1.02%）、瓜西西（1.2%）后火锅（1.05%）**【内容方向：1、品牌找的素人或者koc探店笔记和产品展示笔记居多，其次是素人日常生活分享笔记。2、按月度的维度 笔记铺量在200-500左右不等对于品牌笔记铺量。里面的优质笔记会以前商业流量助推】
- **第三梯队**衫姐老火锅（0.8%）、五里关火锅（0.7%）等近期比较热门的火锅品牌，但是自己本身在小红书的笔记铺量较少，素人类分享居多笔记，影响力较弱。

02. 火锅笔记方向

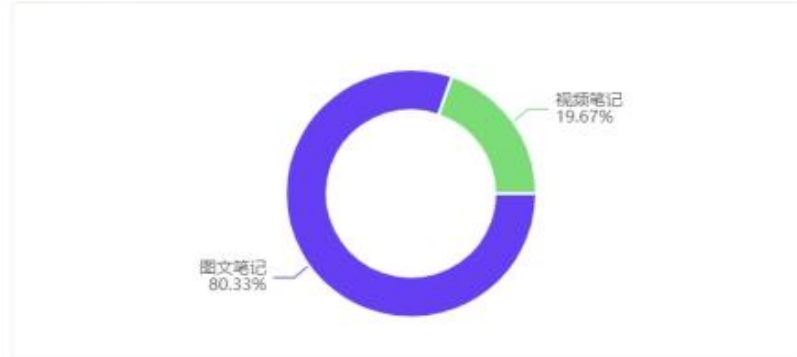
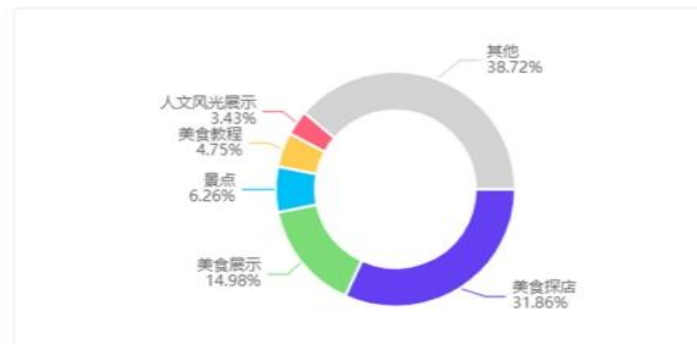
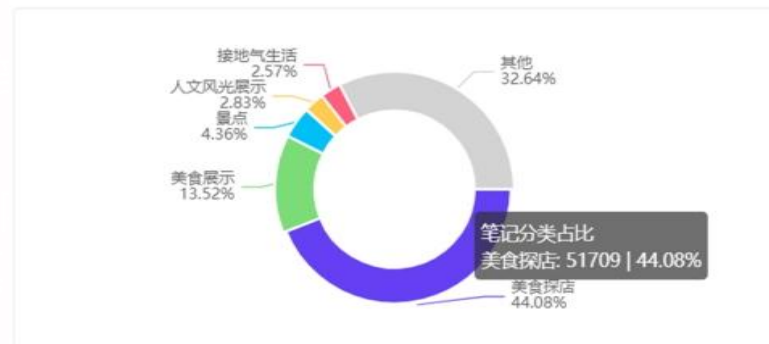
笔记数量占比

饼图 | 列表

笔记互动量占比

饼图 |

内容形式占比



笔记方向:

美食探店、美食展示（结合门店的场景展示、接地气生活话题或者热词、搭配热门景点必吃榜）

内容形式占比:

图文笔记和视频笔记占比是**8:2**，相比于上个月视频笔记提升**0.5**个点，加上今年视频笔记重点扶持，后续笔记产出比例可以往**6:4**的比例去制作相应笔记。

02. 火锅笔记方向

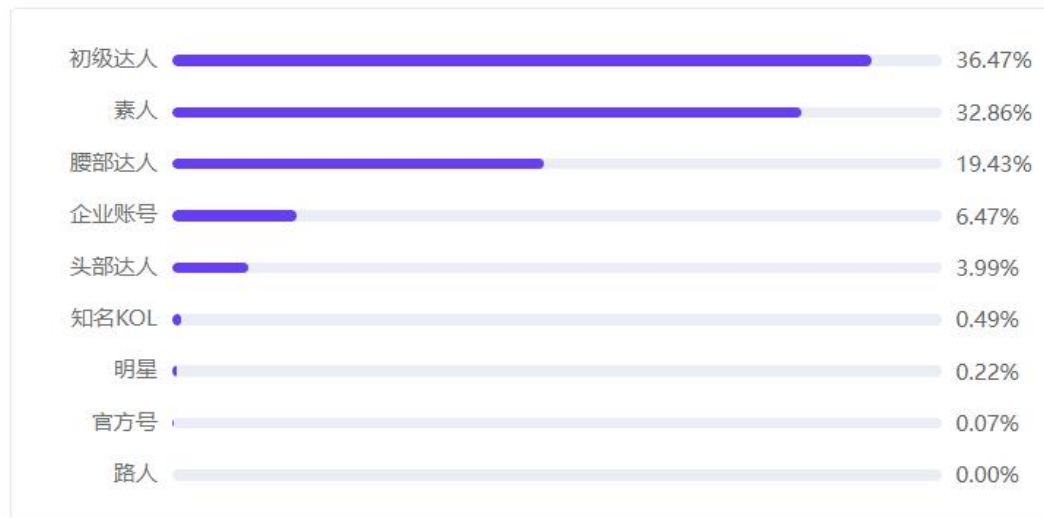
达人粉丝量级分布

图表 | 列表



各类型达人互动量分布

图表 | 列表



达人侧笔记:

粉丝量级会以**300-5000**这个阶段为主，活动节点或者新店开业会找一部分腰部和头部达人探店为主。

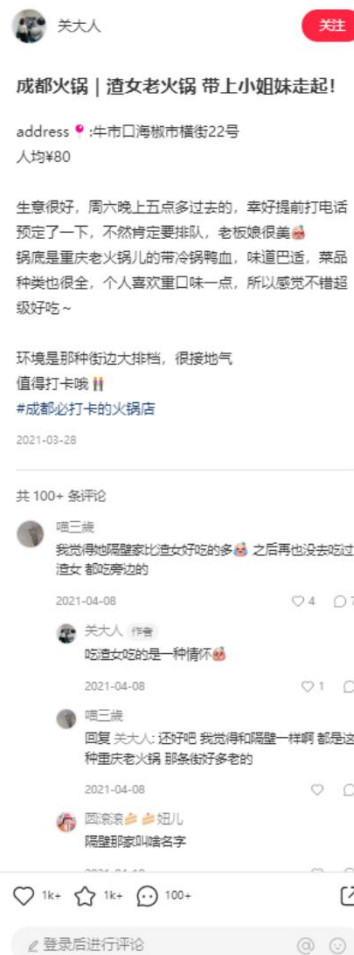
PART 02

内容方向

TASTE CHARACTERISTICS



01. 笔记建议方向



打卡式

利用日常生活分享 来触发用户的分享行为

原文链接

https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/605fe694000000000102ccba?app_platform=android&app_version=7.63.0&author_share=1&share_from_user_hidden=true&type=normal&xhsshare=CopyLink&appuid=588a1dc082ec394f774a771b&apptime=1688624071

01. 笔记建议方向



打卡式

利用日常生活分享 来触发用户的分享行为

原文链接

https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/62656c200000000021035fa7?app_platform=android&app_version=7.63.0&author_share=1&share_from_user_hidden=true&type=normal&xhsshare=CopyLink&appuid=588a1dc082ec394f774a771b&apptime=1688624141

01. 笔记建议方向



莫莫很爱吃 关注

成都 | 小区楼下的这家火锅不要把人好吃死!!!

这家火锅在朋友小区楼下 也在我们以前初中附近 她那个挑嘴巴居然一周内去吃了两次 而且每次都给我说好吃! 我立马在大众上看评论 结果更加想去了! 味道和店里的环境都好喜欢好喜欢~

首先这个锅底的味道就很巴适 醇香麻辣 我觉得中辣好辣 (对吃不得辣的人来说) 真的是网红店不能比的! 锅底18!!!

菜品也是新鲜! 性价比很高 份量也很足 9.9的鸭肠真的很大一份

继续推荐: 嫩牛肉 鸭血 虎皮鸡爪 千丝蟹柳 都好好吃! 这几样真的可以两份起点 绝好吃! 卤肥肠节子4r 一个糯糯的不油腻 喜欢吃肥肠的真的是不要太便宜。网红菜土豆丝我还第一次吃呢 煮久了有点耙了 下次有经验了 我要吃生脆的!

● 嫩牛肉和鸭血都好嫩 牛肉是新鲜现切的 鸭血煮久了都不会老! 很滑嫩~

● 千丝蟹柳真的煮出来丝丝分明 煮多久都不会散不会烂 只会更辣更入味 完全没有淀粉 口感很好!

● 虎皮鸡爪端上来看起来就是红油味的 虎皮下锅后更入味巨耙! 一秒脱骨!

● 蛋炒饭5r必点 老板的绝活 芽菜蛋炒饭真的好香 单独吃一碗都吃得下去! 配上午餐肉真的好吃啊啊啊! 必点求求路!

六点满堂都坐满了 也没有那些网红店的宣传 可见味道多好 真的是老火锅的味道 接地气的市井火锅 值得大家来吃 一定不会失望 店里还有东北大窑超解辣 还看到有鲜醪 下次一定要来整几杯!

1k+ 100+ 10+

登录后进行评论

直白式

开门见山地引发用户的挑战情绪
最原始的图片去引起用户食欲

原文链接

https://www.xiaohongshu.com/discovery/item/633bdc94000000001c02ce0e?app_platform=android&app_version=7.63.0&author_share=1&share_from_user_hidden=true&type=normal&xhsshare=CopyLink&appuid=588a1dc082ec394f774a771b&apptime=1688624233

01. 笔记建议方向



否定式

强烈的否定语气 引发年轻人的叛逆好奇心

原文链接

https://www.xiaohongshu.com/explore/613dc1100000000001000e58?app_platform=android&app_version=7.93.0&author_share=2&share_from_user_hidden=true&type=video&xhsshare=WeixinSession&appuid=61ac3cec000000100043c4&apptime=1688633650

02. 同行投放笔记参考

搭配自己的甜品和夏季爆品配合菜品展示，吸引到更多喜欢颜值当的人群



<https://www.xiaohongshu.com/explore/646c32e20000000011011e13>



<https://www.xiaohongshu.com/explore/6469955f000000001300895f>



<https://www.xiaohongshu.com/explore/644d32df000000001300f3d2>



<https://www.xiaohongshu.com/explore/6449e78c0000000011011631>

03. 笔记话题词

根据五里关品牌词上下游词的展示，笔记内内容和话题词：
成都火锅、火锅、成都、成都美食

关键词	竞争指数	月均搜索指数	来源	关键词	竞争指数	月均搜索指数	来源
成都火锅	高	220854	上游		高	51690	下游
五里	低	0	上游		低	1971	下游
火锅	高	1010355	上游	成都	高	2110574	下游
罗二火锅	高	22528	上游		低	1928	下游
朱光玉	高	40839	上游		高	4593	下游
朱光玉火锅	高	171735	上游	大星正源火锅	高	10246	下游
楠火锅	高	205823	上游	成都美食	高	923491	下游
上海火锅	高	39448	上游	烤匠	高	32206	下游
后火锅	高	49330	上游	于屿城火锅	中	6066	下游
巴蜀大宅门	高	2603	上游	月满大江火锅	高	3846	下游

PART 03

投放规划

TOU FANG GUI HUA



账户搭建概览

投放产品



日预算

效果广告日预算：**1.5k**（每天投放笔记**4-8**篇，日预算**100-200/**篇，新笔记上线赛马测试统一以单篇笔记**100**日预算，叠加到计划预算后期根据笔记数据调整对应预算）

投放目标

STEP1-信息流爆文沉淀

投放逻辑

信息流或全站计划（筛选种子笔记，控成本产爆文）

阶段一： **3-5**篇笔记投放进行赛马，年龄不限制，地域全国,通投（智能定向），通过多篇笔记赛马，筛选出优质低成本笔记(**ctr>7%,cpe<2**)，同时可查看定向间对比数据，便于后续产出的爆文能够进行自然搜索的卡位，快速打造爆文笔记

阶段二： 爆文优质内容(**ctr>9-10%,cpe1**左右)投放本地直营区域相关需求人群，年龄不限制，通投，刺激产品和品牌认知，提升品牌影响力，引起相关了解需求



WU LI GUAN

感谢观看

Marketing Plan

小红书种草营销方案

XIAO HONG SHU ZHONG CAO YING XIAO

宸启互动

2023.07

