



小红星·标记好内容

商业产品中心

Contents

01

项目介绍

02

优秀案例

03

招商规则

04

核心操作指引

05

常见问题答疑

06

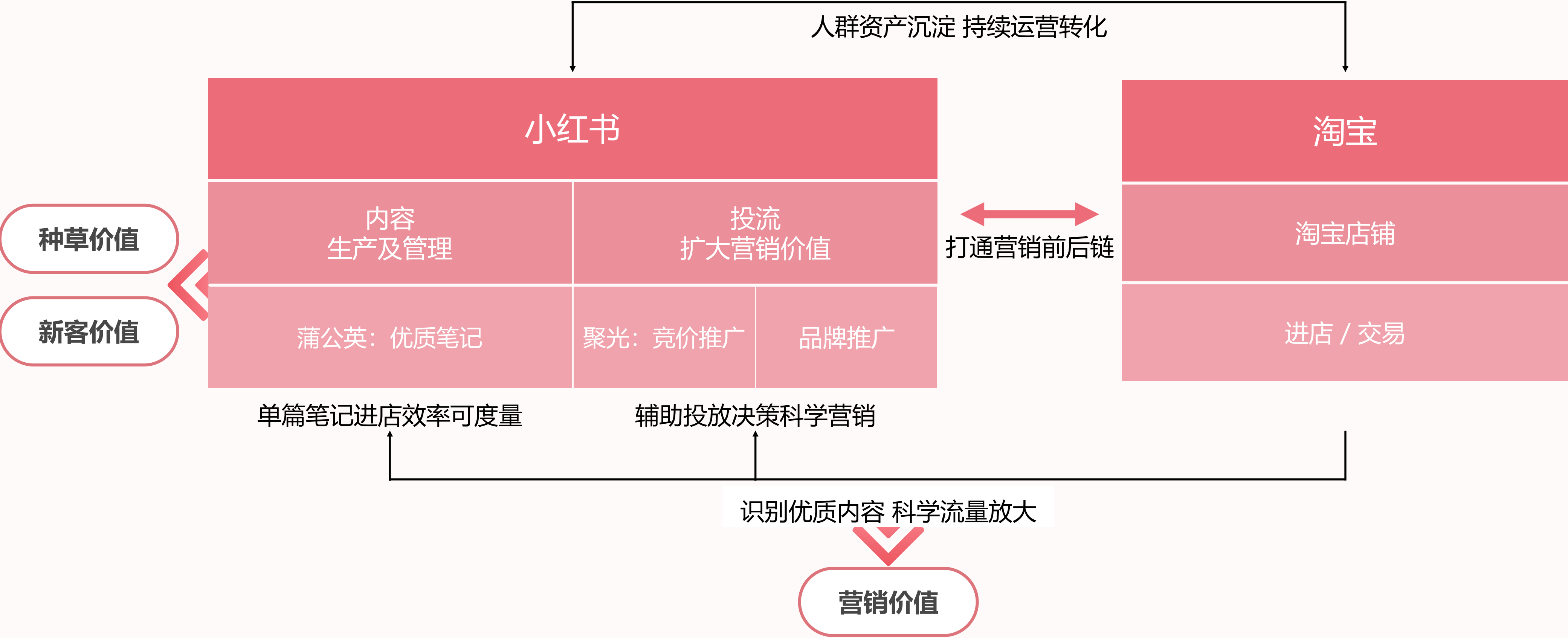
小红书竞价推广流程



一 项目介绍

【小红星】：“小红书”种草联盟产品

通过打通营销前后链路数据，帮助客户优化外溢种草效果



【小红星】三大价值

种草价值

100% ~ 1000%+↑

小红书种草用户 VS 店铺大盘提升比例
(淘内搜索进店 / 加购 / 下单成交)

新客价值

90%
店铺新客

在小红书种草，进入淘宝店铺的用户

营销价值

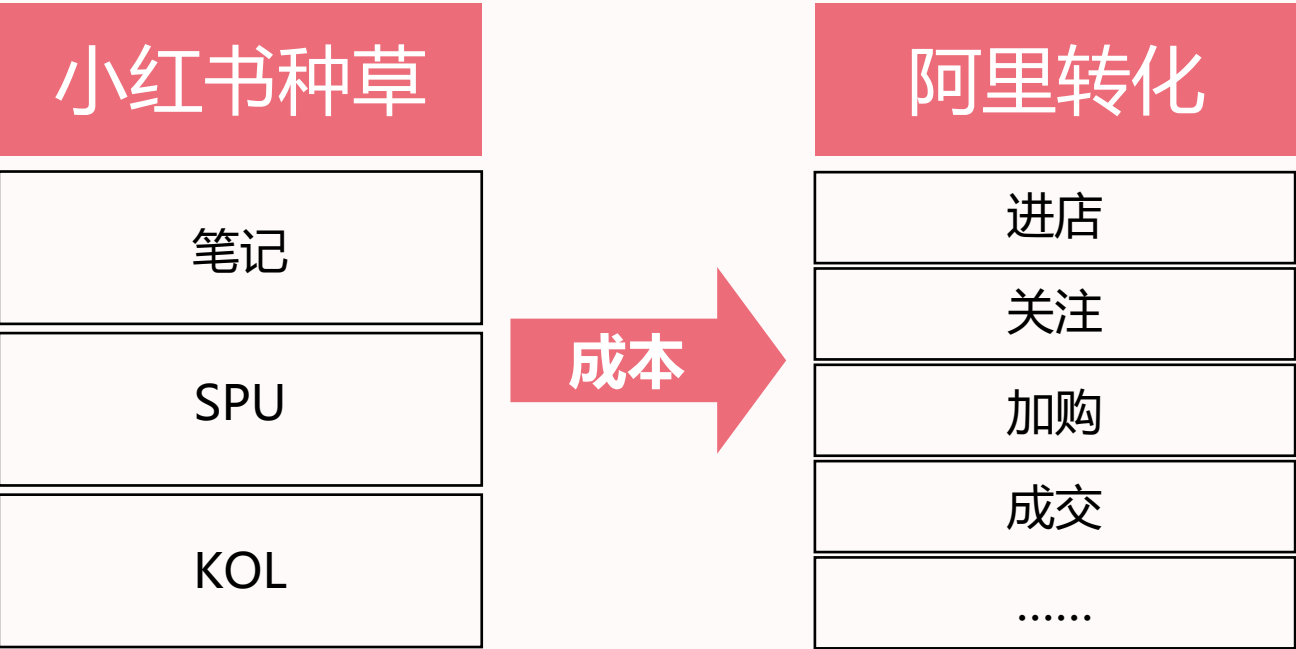
90%↓
投流引导淘宝进店成本下降

聚光投流 VS 不投流

*数据来源：小红书X淘联 618期间核心数据

客户项目收益

转化闭环
充分分析&评估种草效率



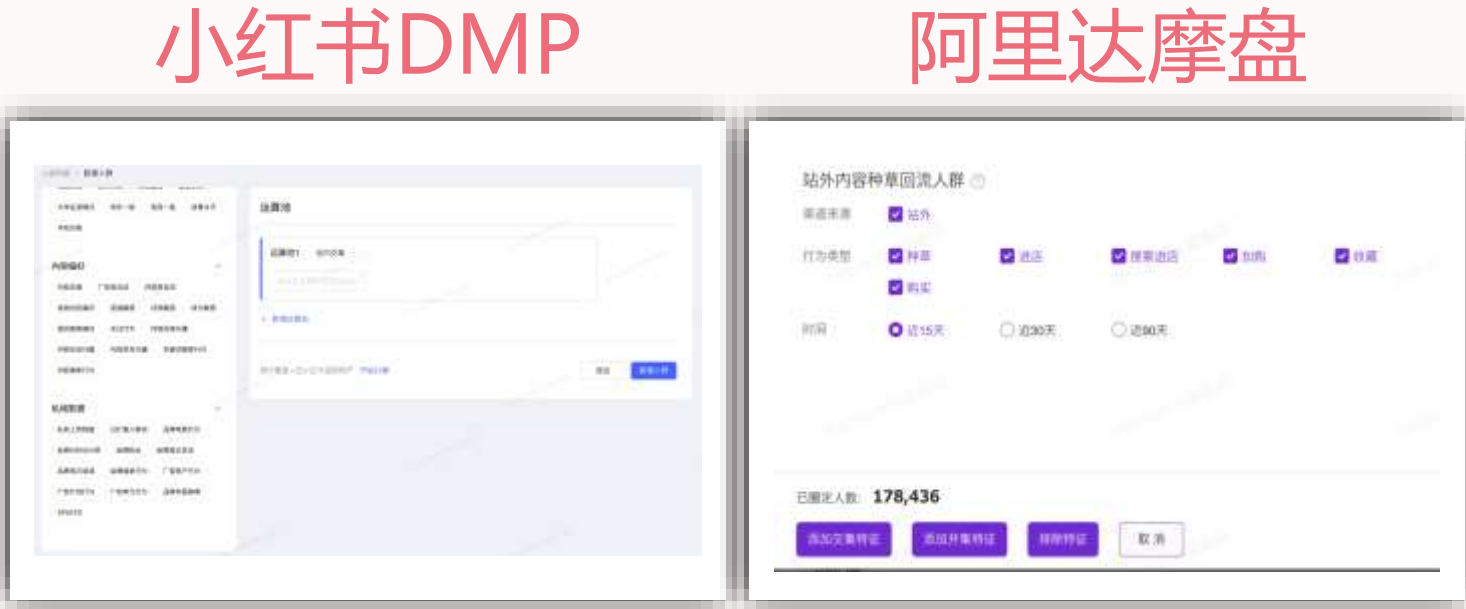
- **营销闭环：**实现从小红书种草到阿里侧完整转化；
- **成本监控：**阿里「星任务」、小红书「蒲公英」后台了解各环节成本情况。

实时调控
根据成本数据实时调整投放策略



可根据淘宝进店转化效果，实时优化投流策略，不断优化投流成本。

数据沉淀
人群再营销



- 小红书DMP获得阿里转化人群，进行再营销及人群画像分析；
- 阿里达摩盘对小红书种草进行再营销。



二 优秀案例

薄荷健康

健康又好吃真实笔记分享 + 按互动量优化投流策略，明星单品&测评新品获超高转化

内容 + 投流：明星产品+新品测评，小红书聚光投流提升进店效率，降低进店成本

- 瞄准健康减肥需求
- 邀请博主开箱测评新品液体沙拉和薄荷全餐
- 突出“低卡\即食\好吃”的产品特点



视频笔记数量:图文笔记数量

80%

20%

- [产品种草]营销诉求下优化[互动量]
- 开启自动出价+点击成本控制
- 设置单计划预算上限 100-3K
- 消耗速率均匀消耗, 投放时段9-24点
- 优质笔记内容赛马, 定向美食兴趣&运动兴趣人群投放信息流广告,人群规模>200W



善用盯盘助手指导投放
充分发挥投流流量价值

进店率 V.S.行业

+85%

整体进店成本 V.S.行业

-38%

加购成本 V.S.行业

-63%

广告进店成本 V.S.整体进店成本

-46%

每日黑巧

打造零食健康新概念，用内容推动转化

内容：结合产品本身+社区热点，用健康打造卖点，用内容带动转化

通过小红书投前洞察，找到社区热点和产品的结合点，用「0白砂糖」、「高膳食纤维」作为内容主要切入点。通过多样的内容实现小红书站内内容种草，叠加大促节点及活动，实现高转化。



基础口感/成分种草



代餐/囤货 健康美食



百变吃法 低卡营养兼顾

小红书用户店铺订阅率提升

100%+

小红书用户成交率提升

70%+

小红书用户客单价提升

40%+



三 招商规则

小红星招商规则

时间	持续招商
门槛	- 资质门槛：淘宝联盟商家、且符合小红书营销分要求 - 投放门槛：蒲公英内容合作预算门槛取消，父任务下笔记数量≥ 2 - 任务设置：并行父任务数量上限30个，单父任务周期上限90天
投放建议	建议广告主根据蒲公英内容合作预算，配合一定比例的投流预算



四 核心操作指引

【NEW】淘联新平台核心功能



01 父任务预算设置更灵活

- 历史父任务发布后不支持新增预算费用，**现可在原有父任务基础上增加预算，以高效灵活利用父任务下子任务**

02 权限申请线上化

- 历史小红书接发单权限申请需要发邮件进行申请，**现支持在平台上传申请材料，操作更简便**

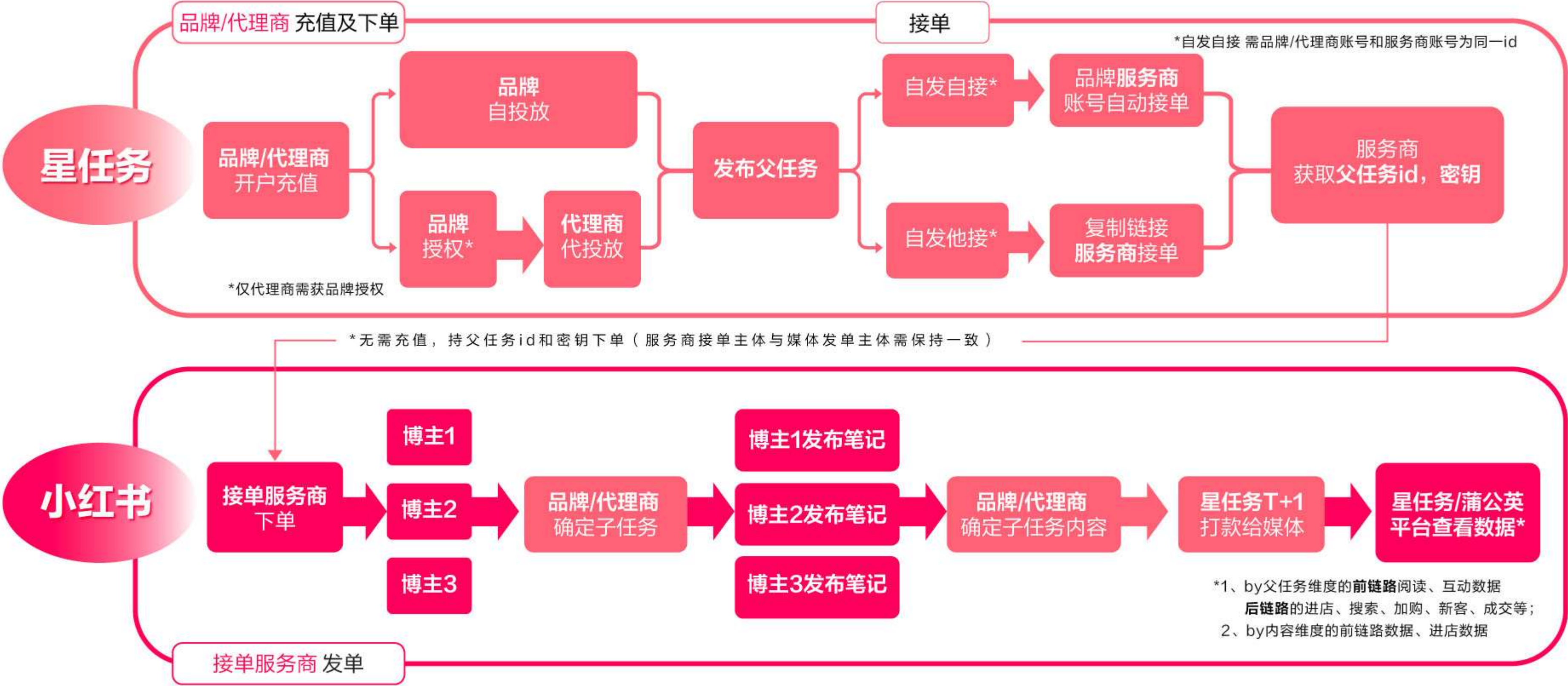
03 数据查看更便捷

- 历史服务商发单模式只能由服务商为品牌导出星任务后台数据，**现已支持品牌在淘联新平台查看代理发单模式数据**

【小红星】不同发单模式对比

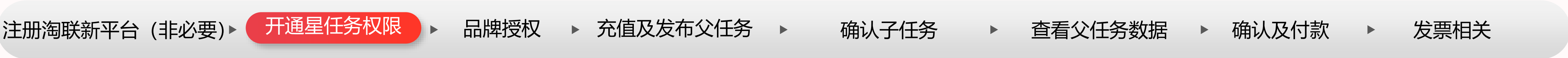
模式类型	阿里发单方	接单方（与蒲公英下单账号主体保持一致）	开票主体	核心差异
商家模式	品牌商家	品牌商家/代理商	阿里发单方，即阿里下单账号（若发单方与实际付款方不一致，则开票主体为未发单方）	支持品牌批量下蒲公英订单、支持蒲公英改价订单、支持新增父任务预算、支持查看代理商发单模式下任务数据
代理商模式	代理商A	代理商A或代理商B\C.....		支持代理批量下蒲公英订单、支持蒲公英改价订单、支持新增父任务预算

产品链路及指标说明



“任务发单方”详细操作说明

任务发单方详细操作说明



● **新用户注册方法：2023.5.14日（含）前未使用**星任务权限发布/接单过小红书种草任务的商家/代理商/服务商账号，通过阿里客服直接拿到注册链接，申请各角色权限，审核通过后方可使用新后台；

<https://www.yuque.com/ta2n96/tf3wvb/em6vubtdvl-atqngd>

● **小红星权限开通流程：**阿里侧星任务权限申请（系统申请，阿里小二发注册链接）->星任务配置（运营配置后台）->开通成功

注1：如品牌需要**自发自接**，仍需申请服务商权限用于接单（**注册服务商的企业账号必须是注册过淘客的账号**）；

注2：海外店铺可以注册成为品牌，但仍需**代理商发单**。由于海外商家的资金账户问题，海外商家注册时只可以注册为【品牌】身份，不能申请为【代理商】或【服务商】身份，星任务相关投放操作仍然需要代理商代为操作。）

新版星任务平台-商家新模式登录入口

阿里妈妈 · 淘宝联盟 · 星任务

阿里妈妈-淘宝联盟星任务
迎接内容种草2.0升级!
· 整合多内容媒体及达人私域资源
· 一站式内容营销解决方案
为品牌及服务商提供多媒体、全链路的内容营销解决方案

密码登录 短信登录

扫码登录更安全

账号名/邮箱/手机号

请输入登录密码

登录

忘记密码 忘记密码 免费注册

新平台登录链接：<https://adstar.alimama.com/>

任务发单方详细操作说明

- 注册淘联新平台 ▶ 开通星任务权限 ▶ 品牌授权 ▶ 充值及发布父任务 ▶ 确认子任务 ▶ 查看父任务数据 ▶ 确认及付款 ▶ 发票相关

权限申请

平台角色	对应申请权限
品牌	用于品牌商家申请发单权限，若要自发自接需要同步注册服务商身份
服务商	用于代理商及品牌商家申请接单权限
代理商	用于代理商申请发单权限（品牌商家不可申请代理商身份）

注：权限审核流程**需要3-7个工作日**，请提前计划好时间

任务发单方详细操作说明

- 注册淘联新平台 ▶ 开通星任务权限 ▶ 品牌授权 ▶ 充值及发布父任务 ▶ 确认子任务 ▶ 查看父任务数据 ▶ 确认及付款 ▶ 发票相关

01

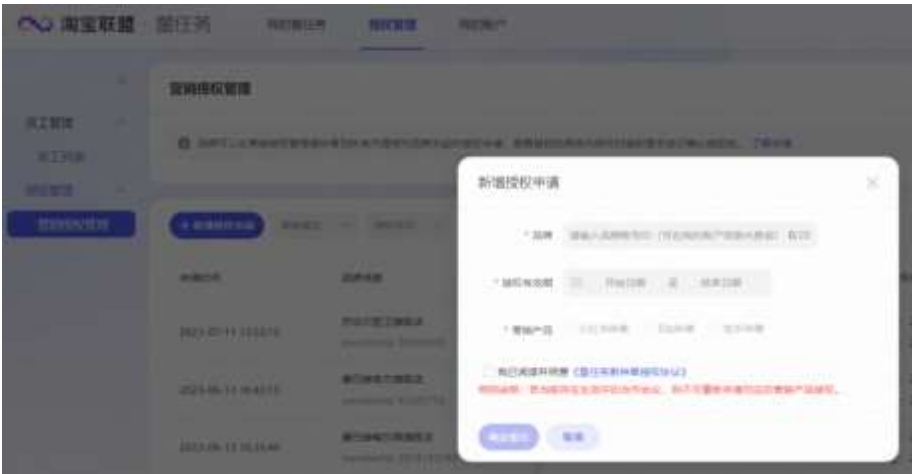
代理商申请授权

【授权管理】-【营销授权管理】-【新增授权申请】



02

填写品牌店铺信息



03

品牌同意授权

【授权管理】-【营销授权管理】-同意/拒绝



任务发单方详细操作说明



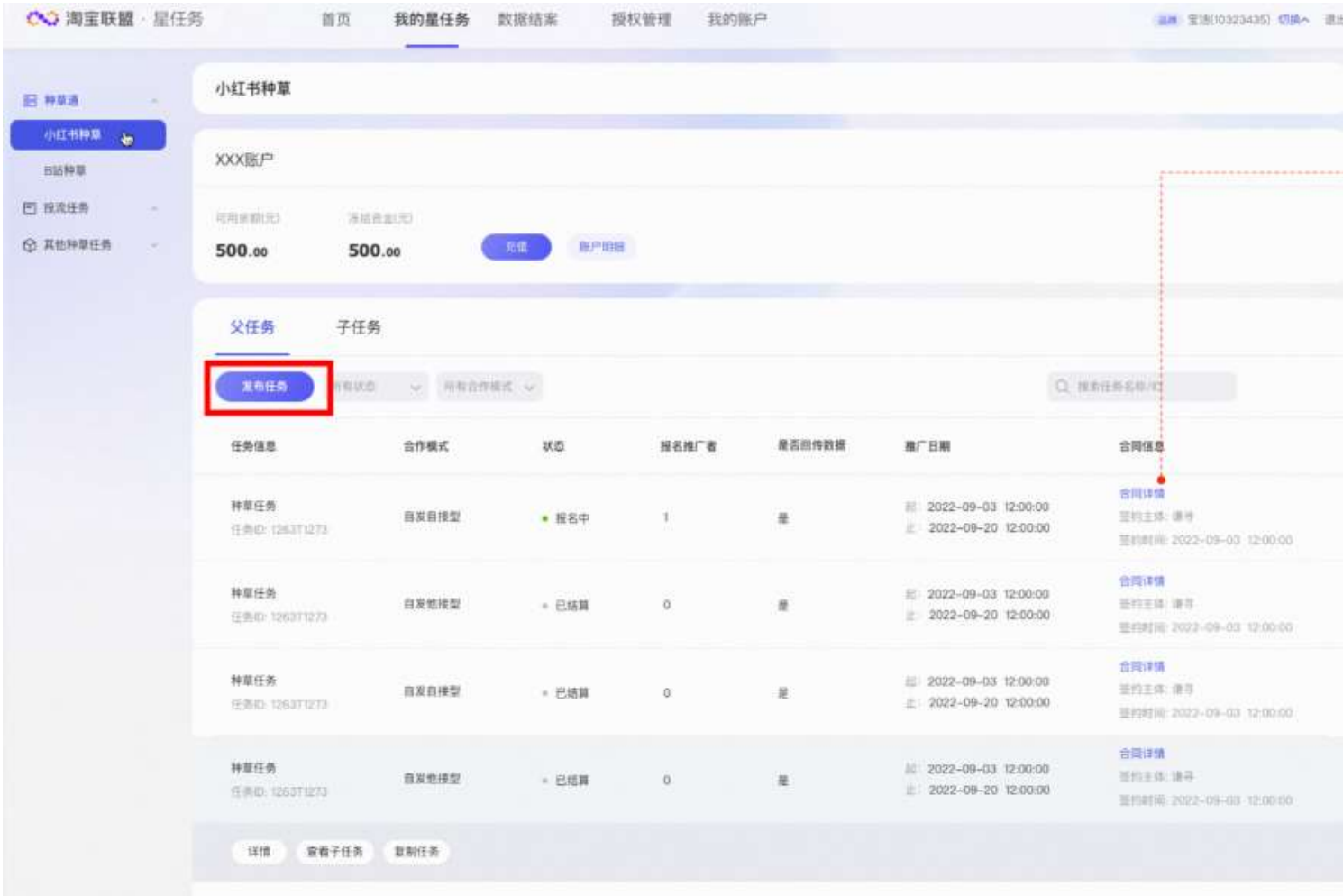
1 账户充值

- 仅支持支付宝充值，不支持对公打款



2 点击发布任务

- 父任务预算在任务结束前未花完，将在任务结束后回到星任务账户（最长将在7天后退回到星任务账户）
- 当同一服务商服务同一商家时，**同时间最多发布30个任务**

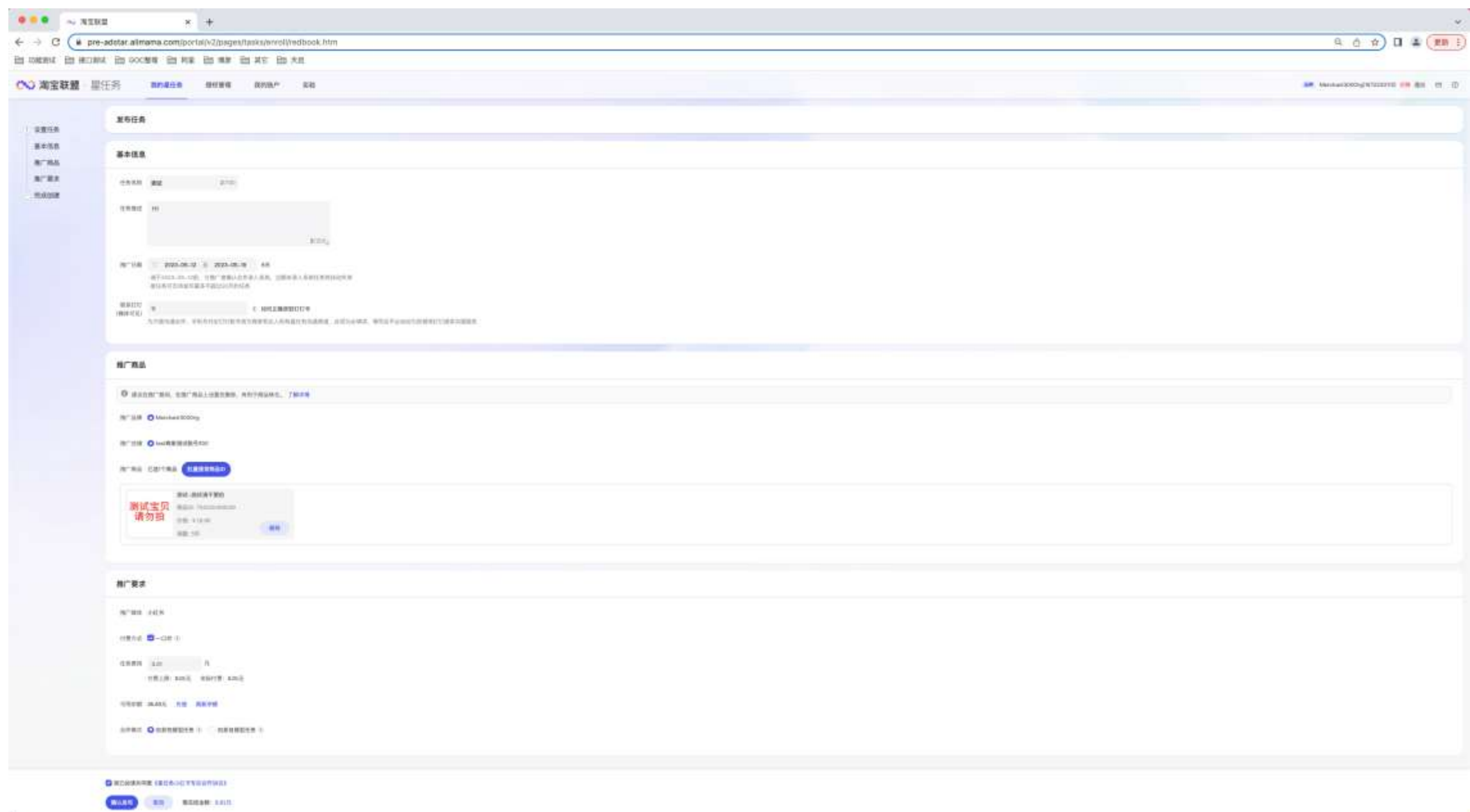


任务发单方详细操作说明



3 填写任务基本信息

- 任务名称：e.g. 小红书种草-XXX
- 任务描述：XXX种草任务
- 推广日期：填写商家与代理商双方确认的推广周期
 - *注：推广日期即为任务周期，星任务后台展现该任务周期内数据
- 联系钉钉：商家钉钉账号
- 推广商品信息：不支持非上架商品id填写，可批量添加

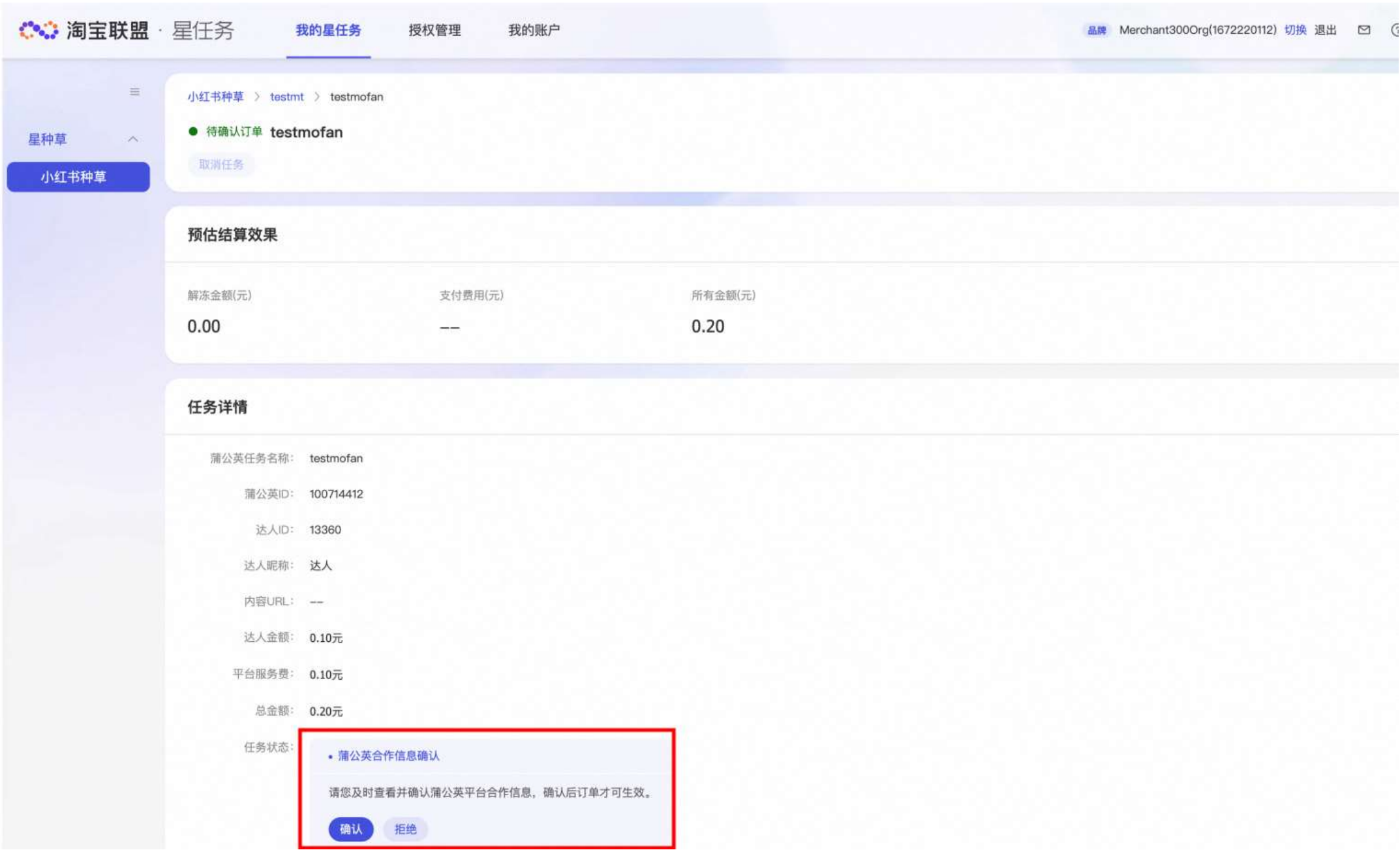


任务发单方详细操作说明

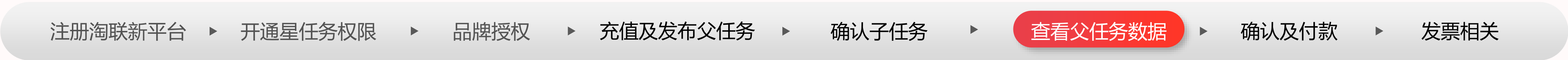
- 注册淘联新平台 ▶ 开通星任务权限 ▶ 品牌授权 ▶ 充值及发布任务 ▶ 确认子任务 ▶ 查看父任务数据 ▶ 确认及付款 ▶ 发票相关

确认子任务订单

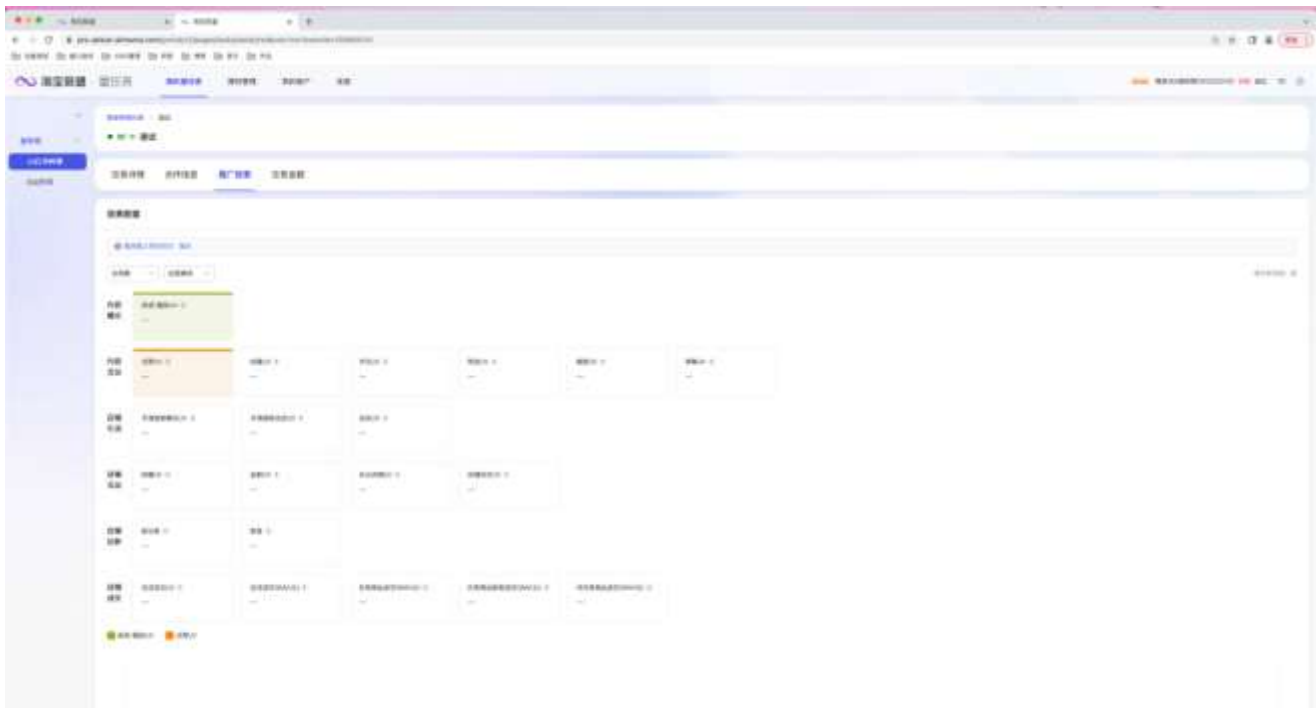
- 路径：【发布的小红书任务】 - 【查看子任务】 - 【详情】 - 【蒲公英合作信息确认】 - 【确认/拒绝】
- *注：代理商/品牌若不确认，子任务将一直处于“待确认订单”状态
- *注：代理商/品牌点击“拒绝”或者达人点击“取消”，则子任务取消，该子任务对应蒲公英订单金额将会释放到所在父任务金额池



任务发单方详细操作说明



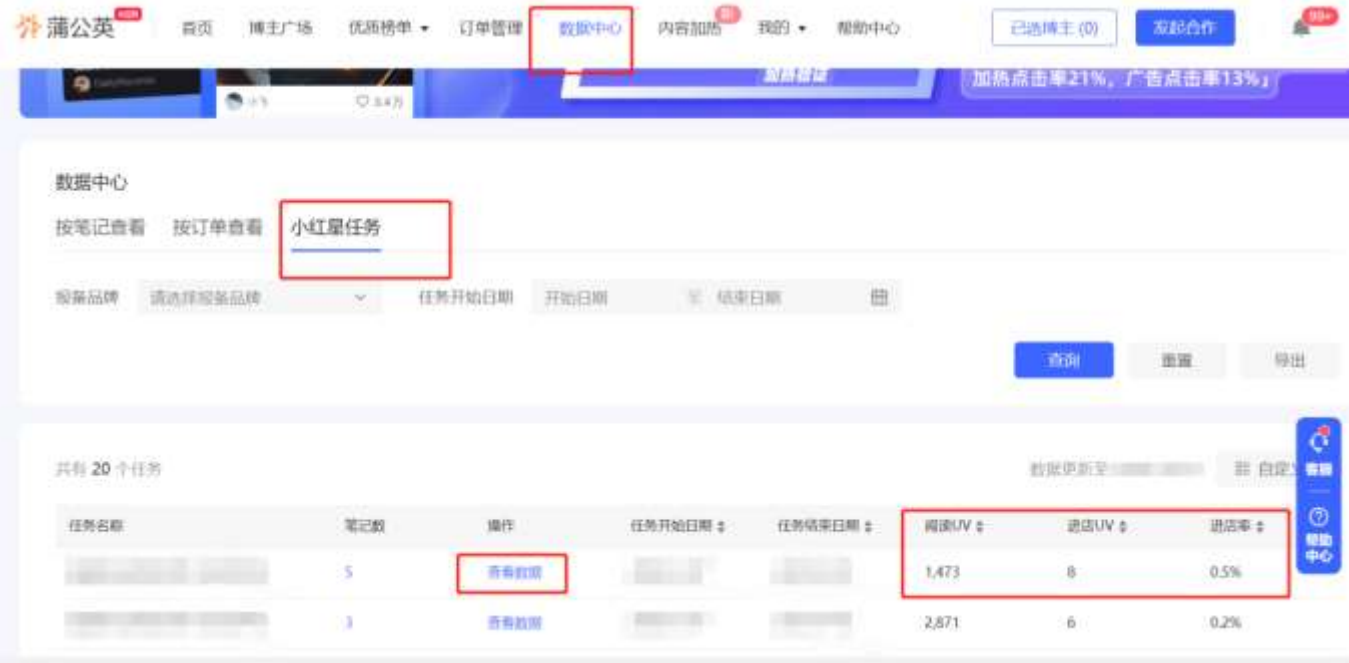
任务发单方-「淘联新平台」查看数据入口
【我的星任务】-【小红书种草】-【父任务】-【详情】-【推广效果】



代理代发单-品牌查看数据入口
【我的星任务】-【小红书种草】-合作模式选择【代理商代投】

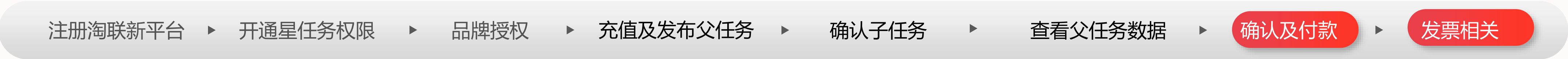


蒲公英平台看数入口



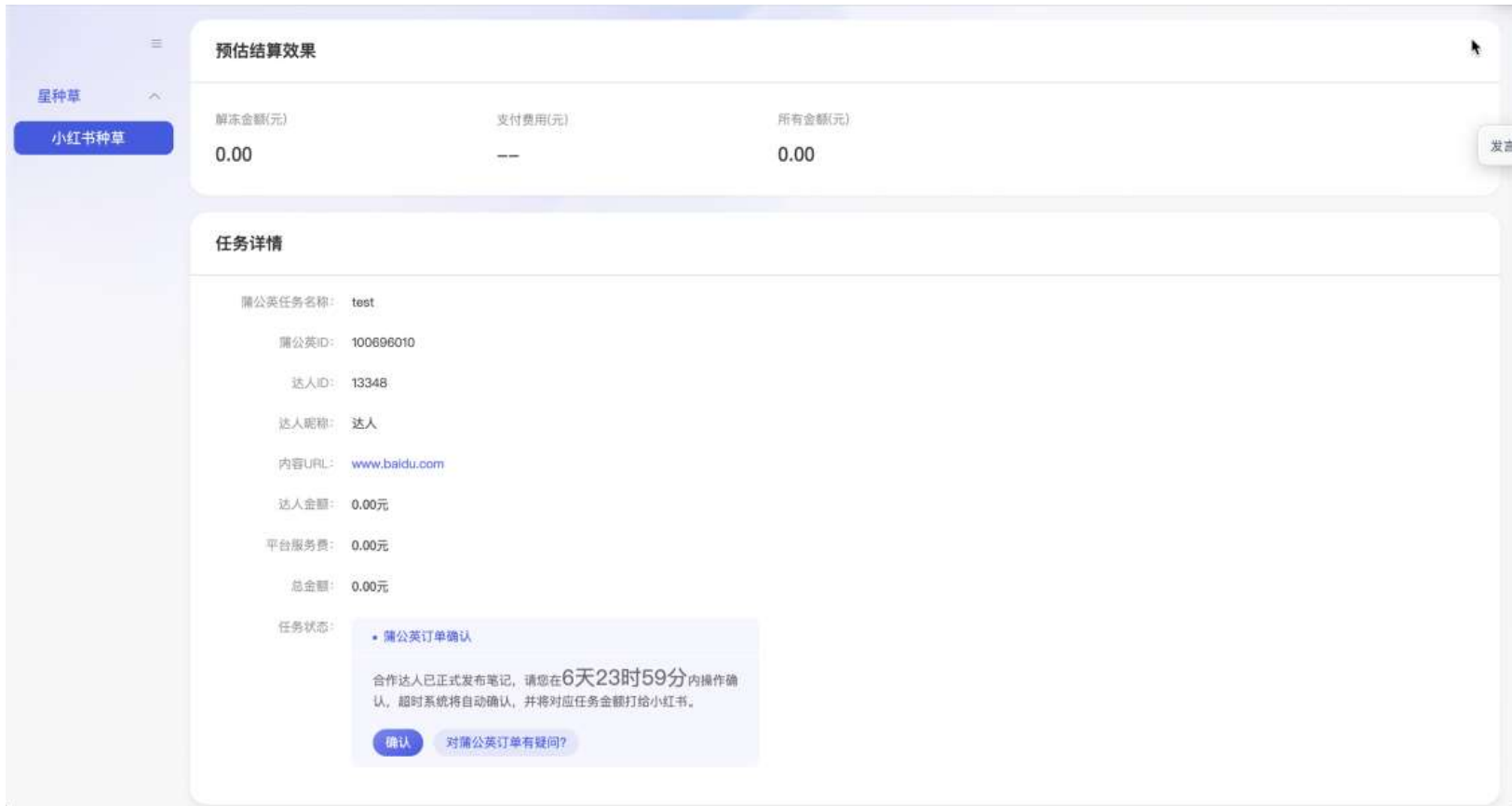
* 数据查看时间：父任务内子任务对应的蒲公英笔记发布后T+1天可在星任务数据看板查看数据

任务发单方详细操作说明



蒲公英订单确认及结算

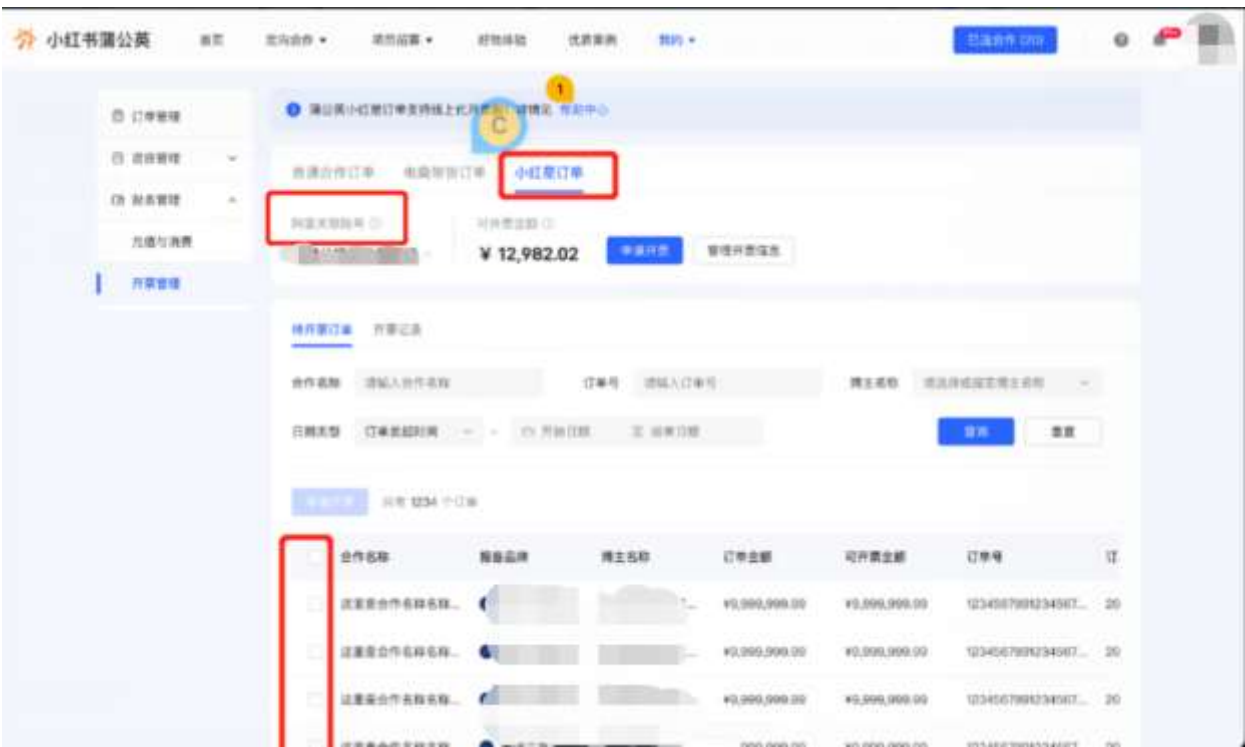
- 蒲公英平台笔记发布后，订单信息回流至星任务后台，代理商/品牌在「父任务-子任务任务详情」点击【蒲公英订单内容确认】
- 代理商/品牌确认发布内容后，**星任务平台T+1打款给小红书**
- **若7天未作确认动作**，则系统自动确认，星任务平台T+1会打款至小红书



重要

发票相关

可在**任务发单方蒲公英账号后台**进行线上开票



详细操作步骤可参考[蒲公英平台帮助中心](#)

“任务接单方” 详细操作说明

任务接单方详细操作说明



注册新平台与开通星任务权限

- 可参照任务发单方平台注册方式及权限开通方式
- **注：接单方淘联主体需与蒲公英下单账号主体保持一致（一字不差）**

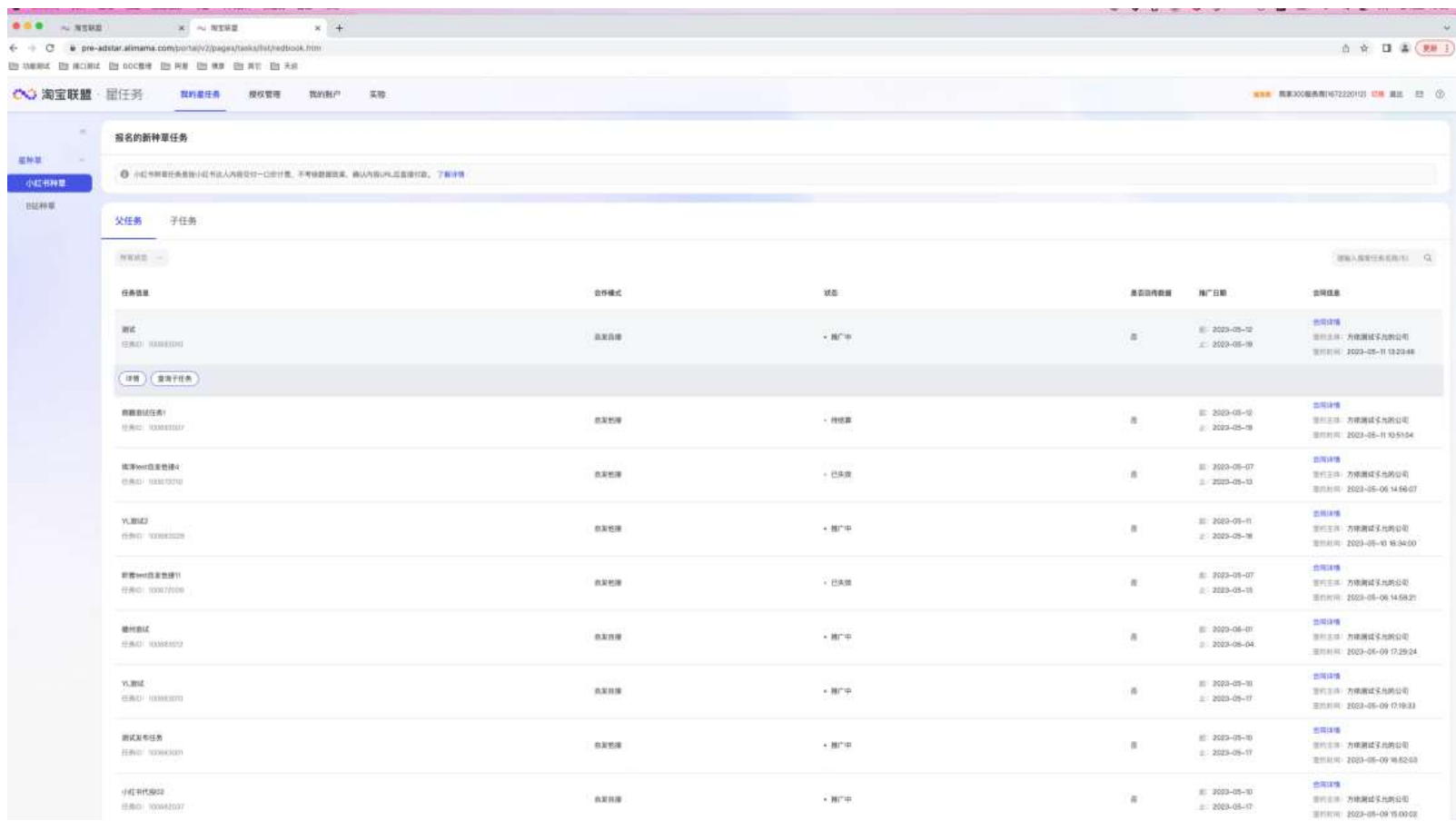


- 推广平台都必须选择：**【小红书】**
- 推广名称：建议都写成**【星任务小红书种草项目专用】**方便后续辨认
- 推广类型：服务商注册选择“类型二-他方平台-MCN，或者广告代理商”均可，根据服务商实际性质来即可，自己根据自己类型来。商家自投放的可选 MCN



- 登陆淘宝联盟首页：<https://pub.alimama.com/>，如图位置点击“免费注册”

任务接单方详细操作说明



任务接单方详细操作说明



- 星任务平台操作：服务商接单后，把星任务平台的【**任务唯一密钥**】和【**星任务ID**】复制下来，请注意【任务唯一密钥】为高度保密信息，请接单服务商/商家自投放团队妥善保管
- 接单密钥**是父任务维度**，即下单均可使用统一的密钥操作



任务接单方详细操作说明



01 在蒲公英平台发起合作

- 小红星**目前只支持蒲公英平台定制/招募交易模式**，不支持优效模式
- 路径：批量将要下单博主【添加至我的合作】，在蒲公英首页找到【已选博主】，点击【发起合作】



02 绑定父任务ID及下单密钥

- 进入订单发起合作页面，勾选绑定小红星任务ID并输入密钥
- 注：**关联父任务ID及密钥后会出现可关联父任务数量提示及开票主体提示，请务必核查正确后再下单**



扫码查看详细流程



淘联新平台注册方法及权限申请



小红星项目发接单全部详细流程



五 常见问题答疑

1.为什么要在星任务充钱？在星任务充值后，还需要在蒲公英充值吗？

进入产品期后，品牌方在星任务充值费用，会由星任务平台流转至蒲公英平台，因此品牌方只需在星任务充值对应的蒲公英费用，无需在蒲公英进行二次充值。

2.如何开发票？开票主体是谁？ 重要

- ① **目前发票只支持开给【任务发单方主体】，即阿里商家认证主体**
- ② 目前支持在蒲公英平台线上化开具发票，可见[蒲公英平台帮助中心](#)

3.淘联新平台和旧平台有什么区别？ 重要

- ① 淘联新平台的功能更加完善：支持父任务预算新增、品牌在代理发单模式也可在淘联后台查看数据
- ② 淘联新平台的操作流程更简便：支持批量下单（一个父任务id可关联多个蒲公英订单）、支持蒲公英改价订单
- ③ 登录连接不同：[新平台登录地址](#)、[旧平台登录地址](#)
- ④ **目前淘联旧平台小红书发单入口已于7.31下线**，进行中及历史任务仍可操作、查看任务详情及任务数据，但不再支持下单。

4.淘联新平台的父任务的任务预算要怎么设置？ 重要

父**父任务预算支持新增** 若预算在任务结束前未花完，将在任务结束后回到星任务账户（最长将在7天后退回到星任务账户）

5.星任务接单方跟蒲公英下单方可以是两个不同的主体吗？ 重要

不可以。星任务接单方主体必须跟蒲公英下单方**主体保持一致**，否则无法下单

6.什么时候可以看数？在哪里可以看数？

- ①种草效果数据：t+1 在星任务后台查看任务组维度数据，t+2 在蒲公英/聚光查看分笔记数据
- ②阿里人群数据：t+4沉淀在阿里达摩盘
- ③小红书人群数据：t+4 沉淀在dmp

7.天猫国际商家是否可以参与小红星项目？

目前仅支持天猫国际商家注册淘联新平台，相关父任务发单接单操作仍需要由代理商操作

8.任务组和父任务有什么区别？ 重要

- ①所代表含义相同，均指当同一服务商服务同一商家时，同时间最多发布30个父任务（任务组）
- ②任务组：淘联老平台存在的概念，目前已下线
- ③父任务：淘联新平台存在的概念，一个父任务对应一个数据组

9.父任务、子任务、蒲公英订单之间是什么关系？

- ①1个父任务可以绑定2-500个子任务
- ②1条子任务对应1条蒲公英订单。星任务的最小单位，可以简单理解成一个笔记订单就是一个子任务。



六 小红星 - 聚光平台功能更新

聚光平台注册与开户流程



聚光平台官方账号：[HTTPS://AD.XIAOHONGSHU.COM/](https://ad.xiaohongshu.com/)

如果您是代理商，请登录[HTTPS://PARTNER.XIAOHONGSHU.COM/LOGIN](https://partner.xiaohongshu.com/login) 完成相关操作

NEW：小红星-聚光平台“蒲公英”合作笔记投放说明

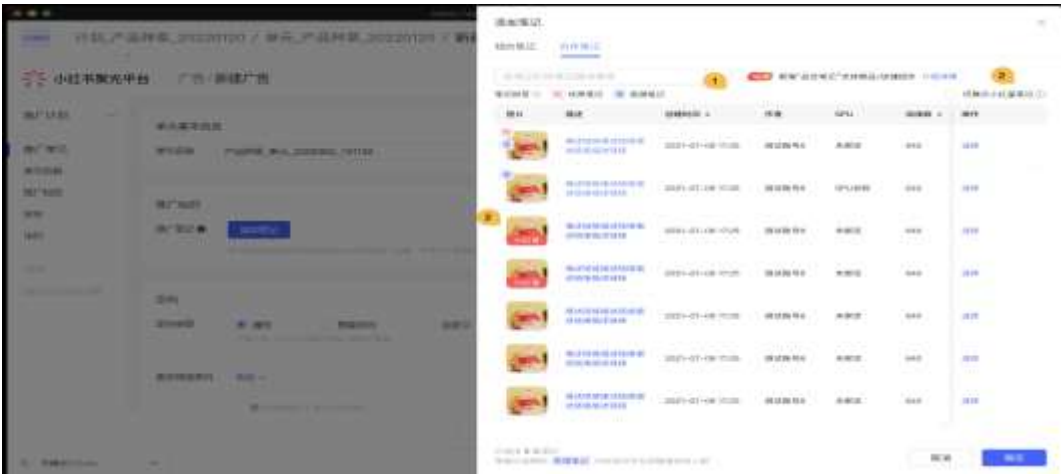
推广目标选择【站外转化量】

- 营销诉求：产品种草
- 计划基本信息：不分场域（搜索、信息流、视频均可）
- 推广目标：站外转化量（需要单独申请开通，请联系您的营销经理）
- 转化平台：淘联-小红星



合作笔记支持“仅显示小红星笔记”

- 优质笔记：笔记历史表现优于同类型笔记；
- 高潜笔记：笔记有潜力触达更多优质受众，可在定向中推荐人群
- 笔记参与了“小红星”任务；
- 所属的淘联任务仍在进行中，且距离任务结束在7天及以上



NEW：聚光平台投放数据说明

NEW

新增【站外店铺行为量】指标

【站外店铺行为量】

阅读推广笔记后15天，发生过站外店铺行为的次数。同用户同天内发生多次行为只计一次，只归因到最后一次投流点击行为上

【站外转化率】

站外店铺行为量/对应笔记点击量/抽样比例（若有）

【站外转化成本】

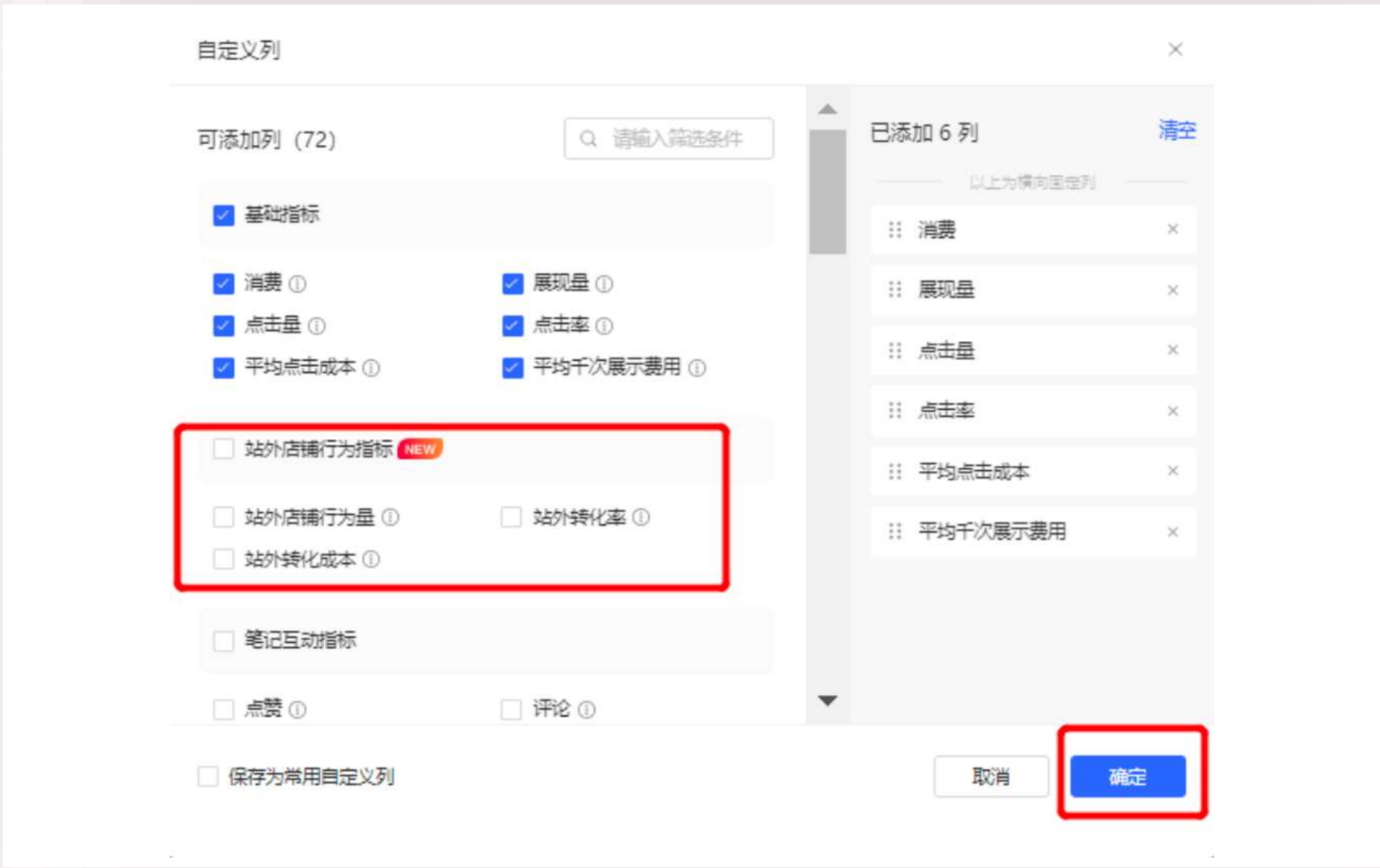
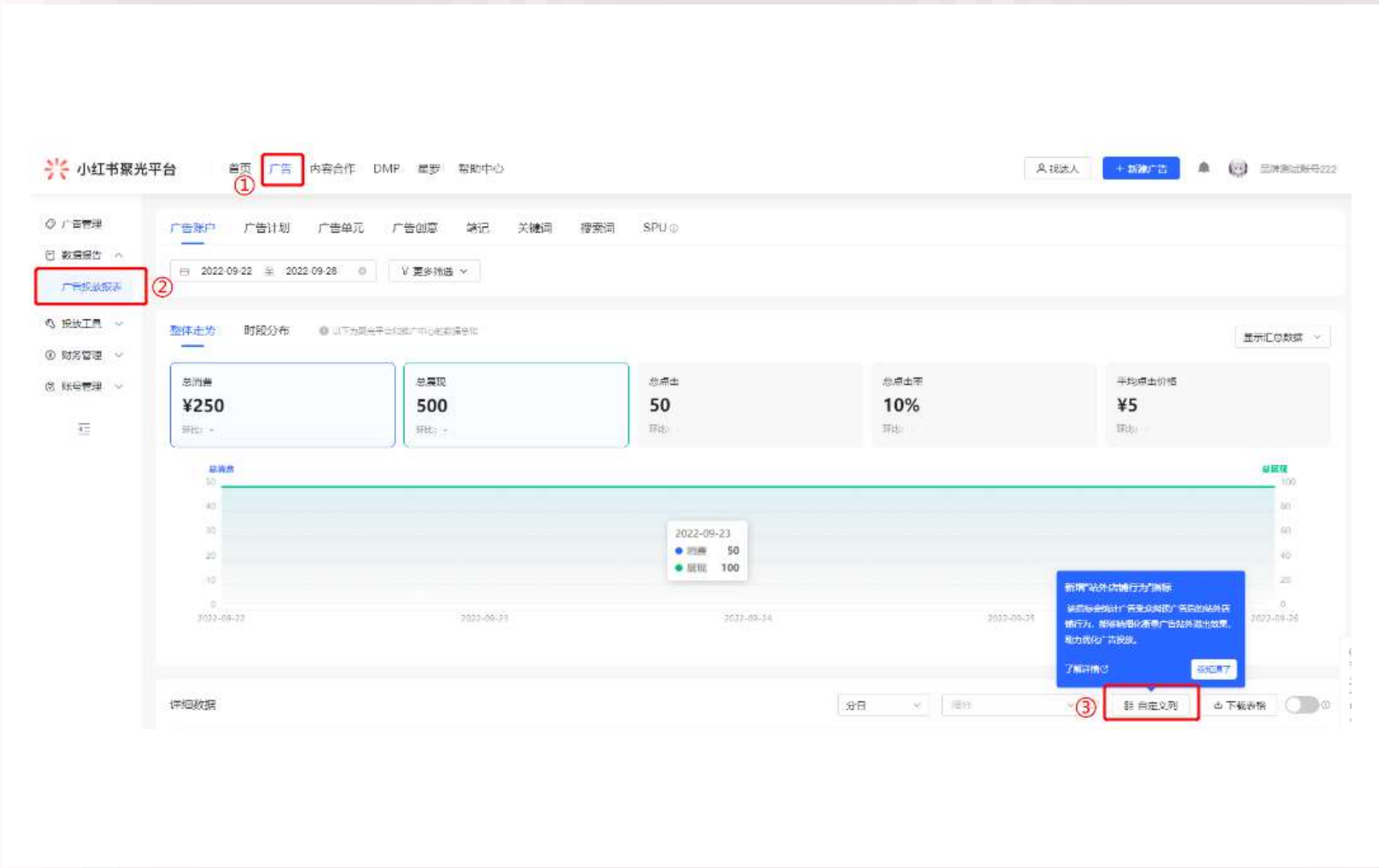
对应笔记消耗/站外店铺行为量*抽样比例（若有）

NEW

自定义列中增加【站外店铺行为量】

支持数据自定义排序

推广效果报表中详细数据模块-点击【自定义列】-勾选【站外店铺行为量】





THANKS

小红星·标记好内容

商业产品中心