

B2B小红书实操手册 2.0版



MarketUP—— 营销流程标准化与效率提升管理系统

对于B2B行业，人群画像的变化

2025年以前

职位：职员、文员、实习生、运营...

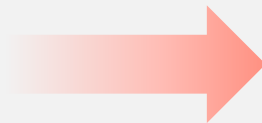
年龄：20-25岁左右



性别：女性为主

企业性质：多为B2C或个人

企业规模：多为0-50人规模



2025年以后

职位：运营、市场、品牌、CMO...

年龄：25-35区间为主



性别：男、女性都有

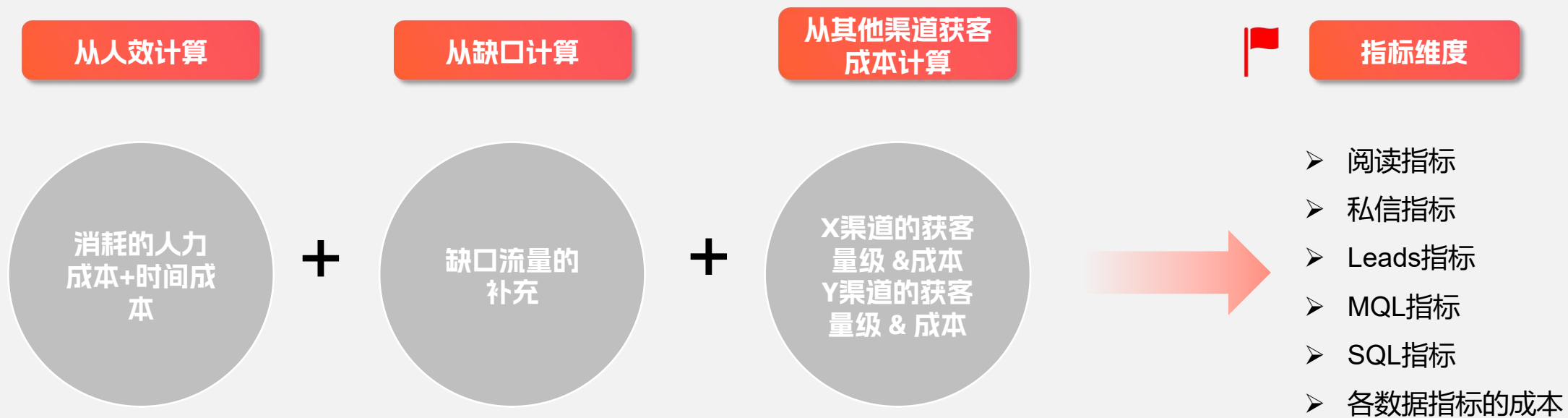
企业性质：根据内容话题主要为B2B

企业规模：开始出现100+以上规模

学习需求

业务需求

设定小红书获客的目标、标准



如：一个内容人员成本7000元，一个MQL成本350元，则这个人员打平成本的MQL产出数量为20条。

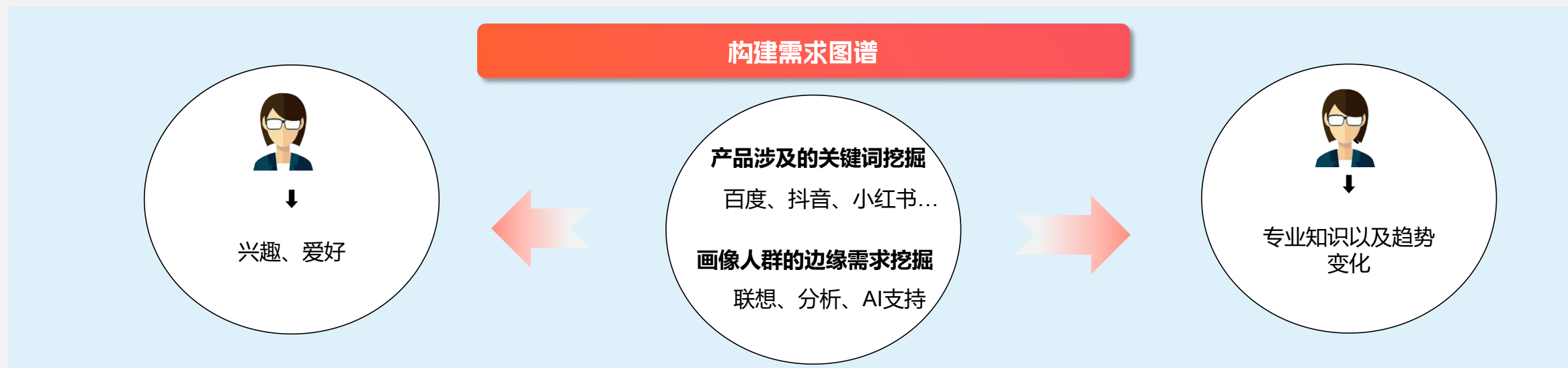
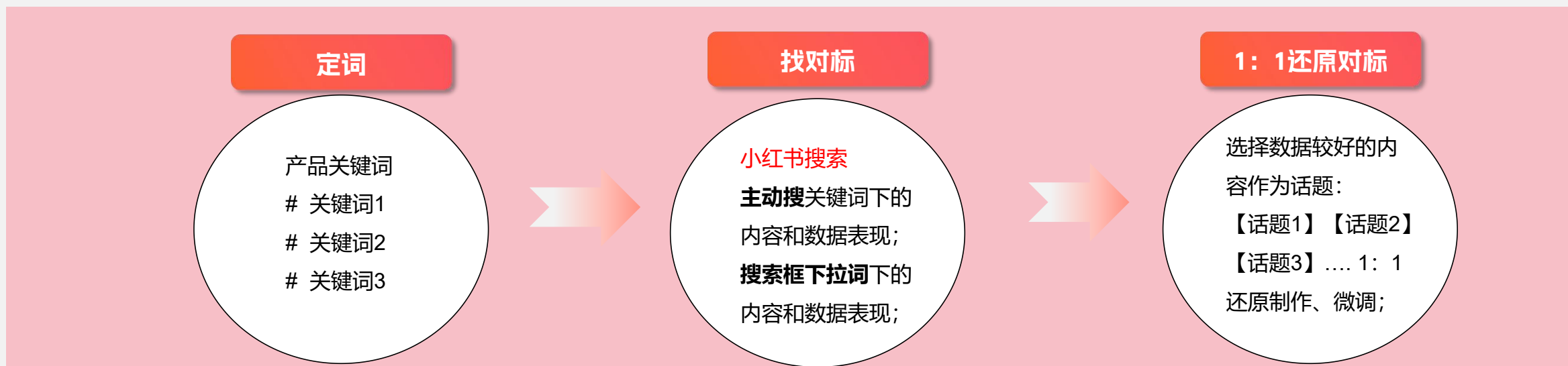
倘若，经过测试单条内容（或1000阅读量）产出1个MQL，则需要20条内容（或2W阅读数据）。

此时我们发现，因为某条渠道受限，一个月缺失10条MQL，则可以通过小红书作为弥补。倘若超过这个数值，经过一段时间的可行性验证，可以加大小红书投入。

内容制作：寻找适合小红书的产品话题

对标内容★

原创内容



内容制作：A-对标 ★

关键词搜索



选择营销类SaaS工具产品关键词——“AI SEO”，在小红书进行搜索

近期优质内容



在全部中，筛选近期或最新的内容

仿制内容



仿封面
仿内容、仿话题标签、私信方式...

内容制作：B-原创

潜在客户需求挖掘

AI分析

知乎搜索

知

ai seo优化

ai seo是什么

ai seo实战指南

ai seo文章

ai seo方案

ai seo智能曝光引擎

百度下拉

AI SEO

aiseo公司

ai seo关键词推广

ai seo供应商

ai seo 生成博客

ai seo是什么

ai seo助理

ai seo提示词是什么

ai seo公司有哪些

ai seo哪家好?

ai seo是什么意思

aiseo公司 百度AI+

相关搜索

ai模型训练平台

ai域名在哪里注册

新手做seo怎么做

ai一键生成产品详情页

训练自己的ai知识库

SEO优化

网站

其他平台搜索下拉

小红书

微信

做B2B市场的人 搜索AISEO相关关键词，他们可能有什么其他的兴趣喜好，或关注什么其他的话题，请帮我罗列3个

做B2B市场的人在搜索AISEO相关关键词时，可能还会关注以下三个话题，这些话题与他们的核心需求、行业趋势及技术应用紧密相关：

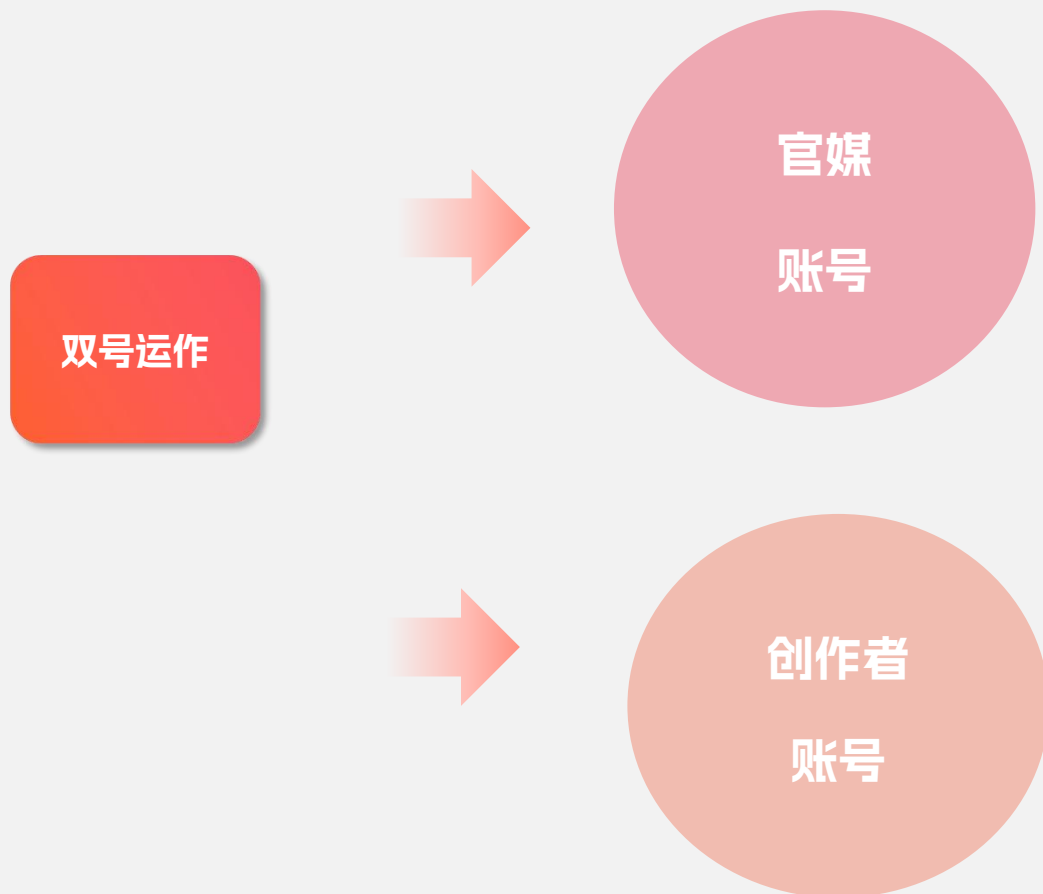
- B2B营销自动化与AI工具整合**
B2B市场人关注如何将AISEO与营销自动化工具（如HubSpot、Marketo等）结合，实现从内容生成、SEO优化到线索培育的全流程自动化。他们可能对“AI驱动营销自动化平台”“AISEO与CRM系统集成”等话题感兴趣，旨在通过技术提升营销效率，减少人工干预，同时精准追踪ROI。
- 行业垂直领域的AISEO策略**
不同B2B行业（如制造业、软件服务、医疗设备等）的客户需求和搜索习惯差异显著。市场人可能关注“工业设备行业的AISEO关键词优化”“SaaS企业如何利用AISEO提升获客效率”等细分领域策略，希望找到针对自身行业的最佳实践，避免泛泛而谈的通用方法。
- AISEO对B2B内容营销的长期影响**
B2B市场人不仅关注短期获客，更重视内容营销的长期价值。他们可能探讨“AISEO如何重塑B2B内容战略”“长期SEO排名与AI内容质量的平衡”等话题，思考如何在算法驱动搜索环境中，通过高质量内容建立品牌权威性，而非单纯追求短期流量。

潜在需求 直接需求



构建需求图谱 并制作内容

内容制作：账号定位



- 承载官方宣发产品内容
- 官方宣发活动内容
- 官方白皮书战役
-

- 优质带钩子内容
- 官方评论区互动吸引
- 承载营销获客路径
- ...

更官方

如：MarketUP



如：桃子外接市场部

更灵活

内容制作：小红书体创作

笔记封面最关键



发问式封面，让痛点问题先暴露吸引点击



滑动图片数量把控



滑动图片数量：5-8个page以内，把握用户耐心，同时有干货。

描述文字要点清晰



结构化、框架化

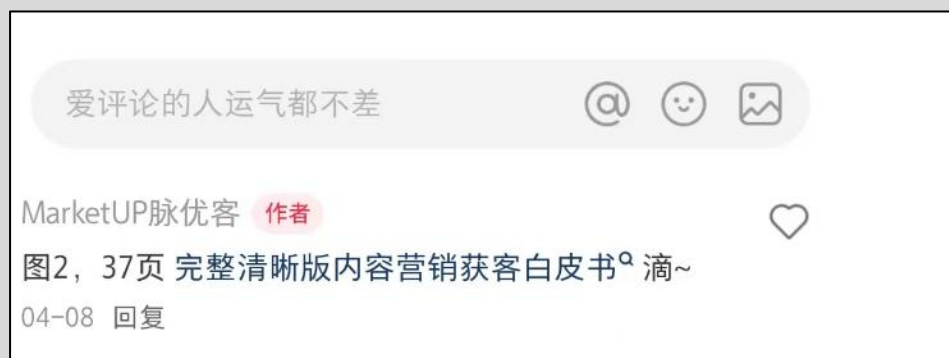


1-2-3-4 要点清晰，重点一眼所得



能够让读者快速定位到需求点

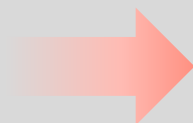
内容钩子设置：私信（大+小号引导）



评论区首条，内容完整版本私信获取



不过这个方式比较有风险，可以采用官媒发内容，小号引导方式。



大号发内容，小号评论置顶



领取的资料多为：完整版、清晰版内容

营销链路建设：小红书→入站获客



私信或添加联系方式



微信推送相关资料



用户在MarketUP小程序
下载留资



SDR沟通

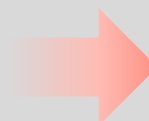
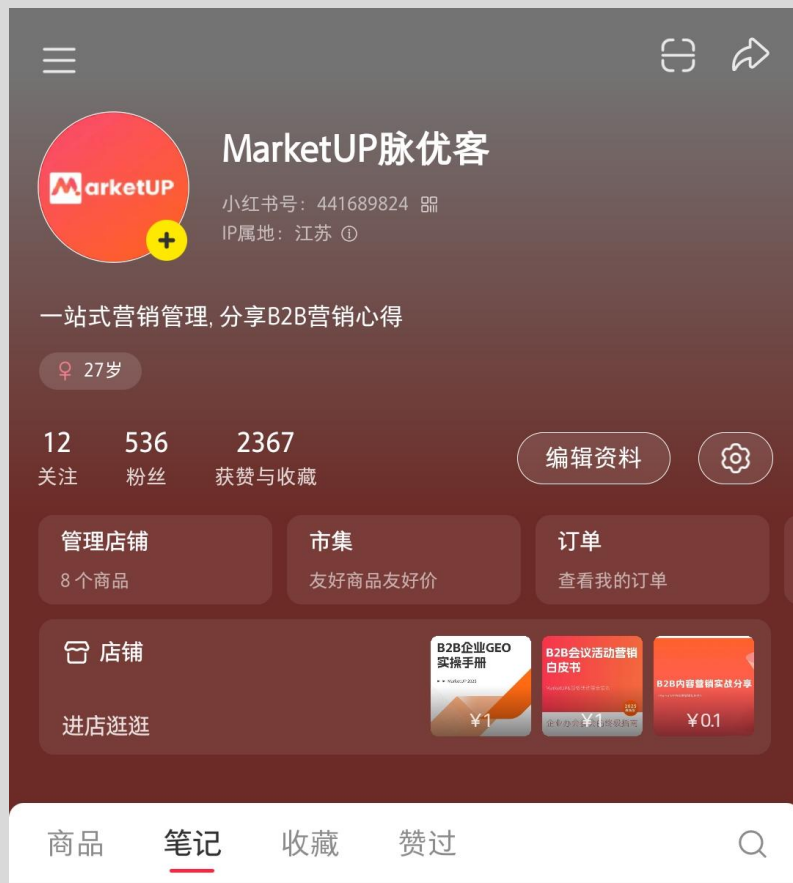
场行时间	线索所有人	来源	渠道来源
25-05-23:25	小羊	B2企业AISEO实战策略	小红书
	小桃同学		小红书
	赵爽		小红书
25-05-13:55	小桃同学	25-05-13:55	小红书

系统内标记小红书来源

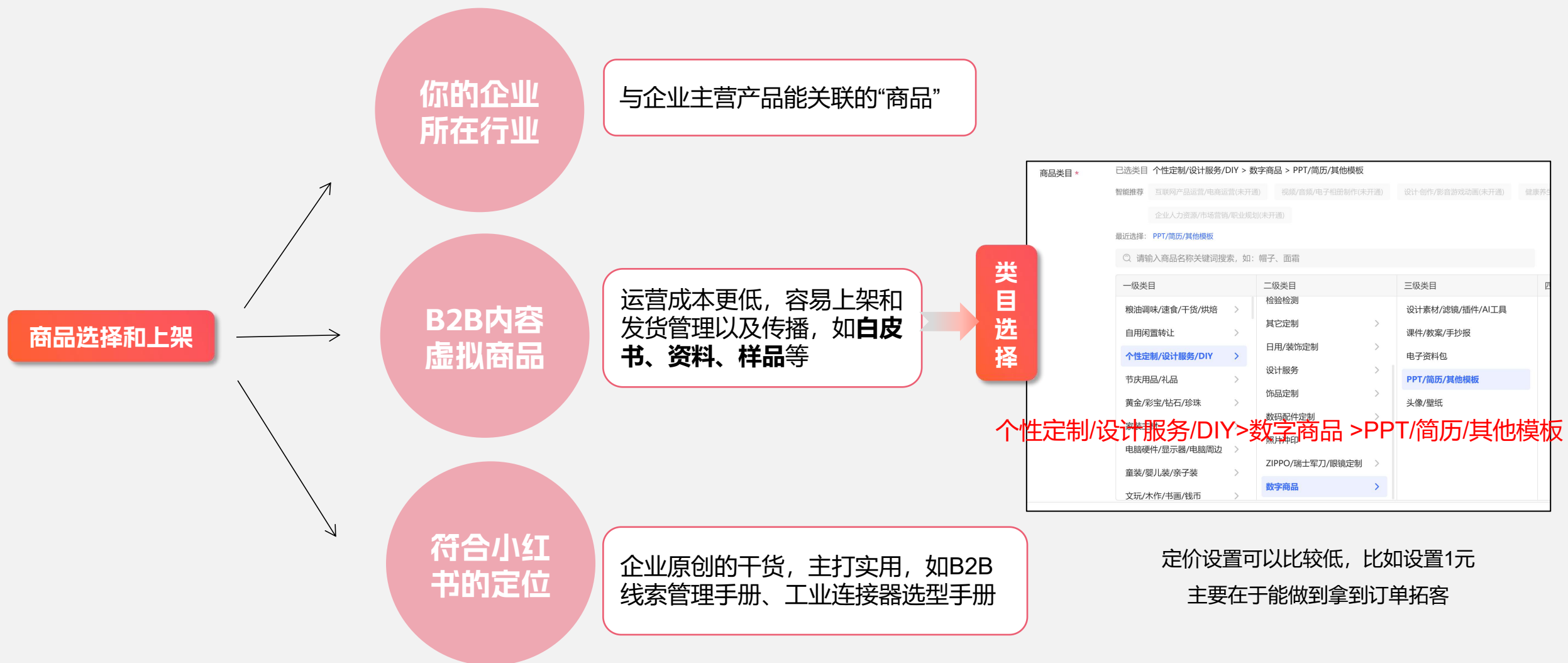
营销链路建设：leads- MQL- SQL



★ 新增店铺运营获客：整体思路流程



B2B小红书店铺运营获客：“选品”上架



B2B小红书店铺运营获客：痛点+情绪内容“带货”

痛点 + 情绪 + 分析 + 商品

挂载商品展示

GEO不懂也不会？咋入门？

包含4大板块实战技巧的独家首发手册：

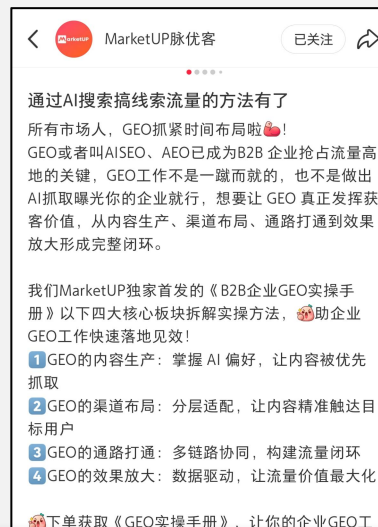
通过AI搜索
可以实现获客?!
GEO独家干货来了!



完整实操内容《B2B企业GEO实操手册》已上架可购买

通过AI搜索搞线索流量的方法有了
所有市场人，GEO抓紧时间布局啦🍑!

通过AI搜索搞线索流量的方法有了
所有市场人，GEO抓紧时间布局啦🍑!
GEO或者叫AISEO、AEO已成为B2B企业抢占流量高地的关键，GEO工作不是一蹴而就的，也不是做出AI抓取曝光你的企业就行，想要让GEO真正发挥获客价值，从内容生产、渠道布局、通路打通到效果放大形成完整闭环。



GEO实操手册B2B企业版
¥1 已售20

✓ 标题+封面+次图+引导下单

B2B小红书店铺运营获客：订单管理发货

有买家购买商品

收货信息 无物流发货

收货人

联系方式

收货地址

用户备注

✅ 买家购买-产生收货信息

即有了客户留资

***尽量通过微信“发货”**

- 1是容易留在微信生态进一步孵化
- 2是直接电话联系容易被误认为骚扰或诈骗

选择“无物流发货”

发货

① 若订单发货前买家要求修改收货地址，请使用干帆/客服工作台修改订单地址后发货，否则可能会触发物流信息异常违规判罚 [查看规则](#)

商家备注

下单时间 2025-09-

承诺发货时间 2025-09-

商品列表 P774

B2B企业GEO实操手册 x 1

运单1

商品 * B2B企业GEO实操手册

发货方式 * ☐ 物流配送 ☒ 无物流发货

发货内容 * 辛苦添加微信：YangXM9832，或者我们加你手机号同微信号，方便发您文档手册 39/200

添加运单

发货

✅ 填写发货内容时，引导买家添加微信发货
也可以直接搜索收货手机号添加对方微信

B2B小红书店铺运营获客：微信沟通、完善画像

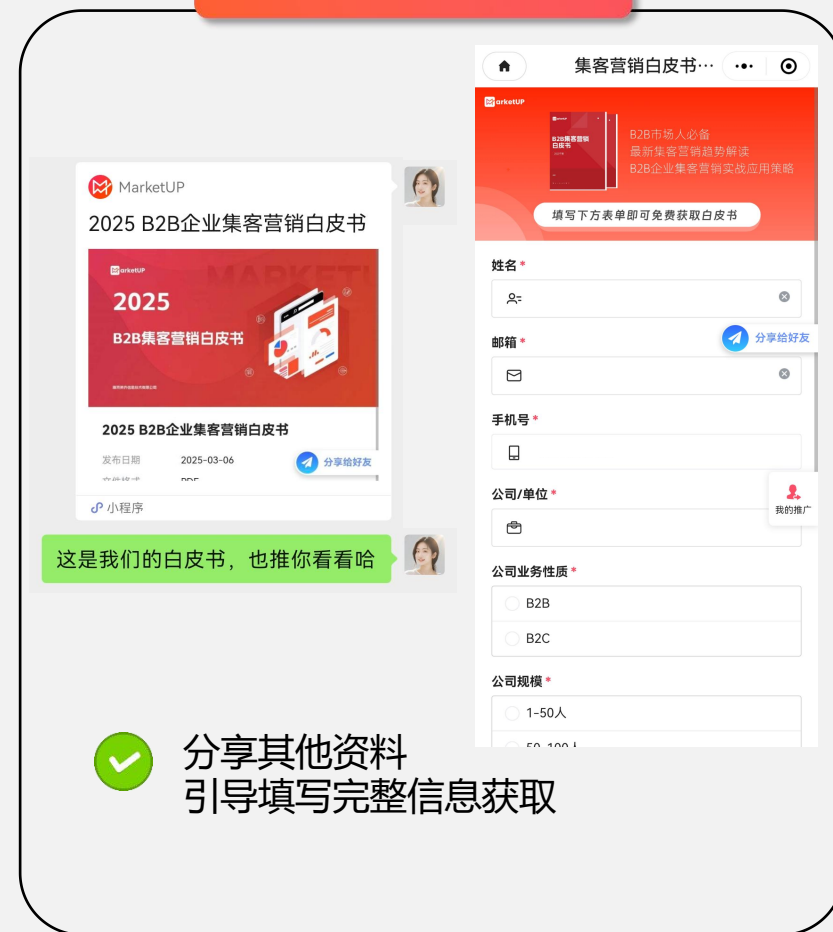
买家收到的发货信息



添加微信



挖掘更多信息完善画像



✓ 买家会看到微信号
主动加微信联系

- 发商品文档给对方
- 拉群学习交流
- 询问产品需求&公司名称

✓ 分享其他资料
引导填写完整信息获取

小红书运营执行数据统计（表格模板）

总计10个话题

话题	发布时间	阅读量	私信量	下单量	加V量	Leads量	MQL量	SQL量
话题1	6月3日（固定下午）							
话题2	6月5日（固定下午）							
话题3	6月7日（固定下午）	2000	20	11	10	8	5	2
话题...	6月9日（固定下午）							
话题12	6月39日（固定下午）	1000	15	9	8	6	2	0

以15天为一个周期，测试2个周期，共计1个月

优质内容（有MQL以上产生）

超优质内容（有SQL以上产生）



测试周期：一个月，每周或半个月可以统计一次

测试数据维度：可以根据企业自身需求（以上是参考）

内容话题标记：黄色产生了MQL以上，红色产生了SQL以上，在测试周期内不断完善话题库，方便制定SOP。

倘若要测试其他数据，请固定好别的因素，如测试上午发布时间，则话题基本不变、文案基本不变的情况下进行测试。

MarketUP的不同之处：全渠道、全自主、全过程



一站式营销自助化聚合平台



THANKS FOR WATCHING

感谢您的关注

 <https://www.marketup.cn>

 milo@marketup.cn

 025-83780121



MarketUP



百格活动