

小红书-比Instagram更懂华人

- ◆ **品牌名称:** 小红书
- ◆ **所属行业:** APP
- ◆ **执行时间:** 2019.06-2020.04
- ◆ **参选类别:** 效果类-效果广告

数亿的内地用户，丰富的内容社区

小红书是国内知名的中文内容社区分享平台，总用户过3亿，月活用户已超过1亿，用户活跃度极高。

用户年龄普遍偏年轻，大部分分布于15-43岁。

目前社区内已形成**穿搭、美妆、个护、运动、旅游、家居、旅行**等不同内容分享社区，**真实/多元/有趣的社区内容**已经成为小红书的平台特性。

希望提升海外华人用户数量，打造全球华人版 Instagram

为了打造全球华人版 Instagram，小红书决定进行海外推广，让海外华人积极活跃的参与到小红书的内容社区分享中来，产出更多丰富的内容，吸引更多粉丝关注，为小红书社区注入新鲜血液。

利用小红书内容社区特性，获取海外华人用户，打造华人版Instagram

1. 低成本获取大量**海外华人用户**;
2. 提升海外华人用户APP内**注册率**，增加**转化**;
3. 提升海外华人用户APP内**留存率**，增加**活跃度**。

全球华人分布分散，如何精准定位？

海外华人在全球分布较分散，获取海外华人用户的第一步，关系到是否能够打好全球华人社交生态基础，共建更加多元的中文社区。

- 各地区海外华人占比不均，且获量难易程度不相同；
- 各地区海外华人用户质量不稳定，难以稳定获取高质量用户。

Instagram 在海外已垄断华人用户，如何胜出？

Instagram已拥有大量海外华人用户，且产品风格高端简约，如何用**不同创意路线**吸引海外华人用户是打造全球华人社区的重要策略。

- 产品社交功能较Instagram相对薄弱，难以在华人群体中传播；
- 各地区海外华人的兴趣喜好差异大，难以直接确定素材大类方向。

高效获取华人受众：洞察中华文化力量，针对地区，用兴趣设置锁定华人用户

- **洞察文化的力量**，分地区，利用投放渠道对小红书主页粉丝的**兴趣及用户行为**的分析，在投放时使用相关兴趣核心定位或类似受众定位，在当地，**高度匹配**对小红书感兴趣的**华人用户**。
 - 兴趣定位：在不同地区结合当地中国文化色彩的兴趣定位，用中文语言锁定用户，分地区捞取华人；
 - 类似人群定位：利用广告已带来的海外华人用户行为（如下载）数据，匹配相似受众，扩展高质量下载人群，提高用户质量。

采用各地差异化创意：区别于Instagram路线、用内容策略影响海外用户

- **联动粉丝群体：国际知名度高的明星 & 知名网红为产品代言，倾情推荐**
使用**明星或中国脸网红**，采用记录生活的方式，制作录制热门品类的笔记，用流量吸引用户，用内容打动用户。
- **擅用各地本地化创意：结合流行热点 & 家乡记忆 & 节日营销**
 - **热点话题**：#美妆#穿搭#拍照技巧等；
 - **当地特色**：美食制作教程，远在他乡的用户可以DIY家乡味道；
 - **传统华人节日**：传统华人节日素材，拉进与当地用户距离。

精选优质媒体渠道，全面提高转化效果



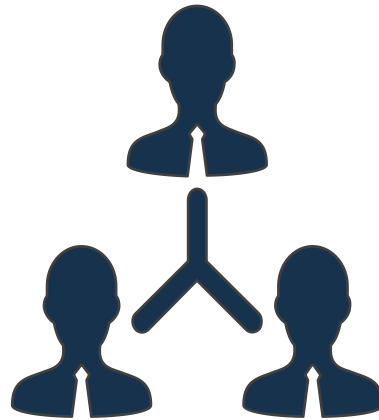
Facebook

海外华人活跃用户数量庞大，是海外华人的主流社交媒体，可利用平台定位产品精准锁定海外华人用户



Google

海外主要的搜索引擎，可以向搜索小红书品牌的海外华人用户精准展示广告，提高海外华人用户转化率



四大海外主流媒介 覆盖全
球海外华人近**4500万**



Instagram


平台用户年轻化的特点和小红书海外华人用户受众定位不谋而合，有利于提高海外华人用户转化率



YouTube

海外华人主流视频分享平台，年轻用户多，视频内容分享传播速度快，有利小红书品牌的宣传和海外华人用户拓展

营销策略



高效获取华人受众：洞察中华文化力量，针对地区，用兴趣设置锁定华人用户

使用多种兴趣定位结合锁定华人受众

利用Facebook Page, Google YouTube及第三方工具分析小红书的**用户行为**和**兴趣**, 配合公司内部大数据平台的研究发现: 海外华人在使用英文等主要沟通语言的同时, 对含有**中国元素**的话题或贴文的**关注度依然很高**。从而在广告投放初期除了锁定中文语言外, 也大量利用了**中国元素**做兴趣定位, 分地区锁定华人受众。

利用华人用户兴趣偏好标签

中国品牌

CCTV
Alibaba
Tencent
HUAWEI
Xiaomi

传统文化

风水
武术
中药
书法

经典美食

蒸煮
煎炸
糕点
茶饮

利用各地区用户兴趣偏好标签

港澳台

日韩系潮流话题

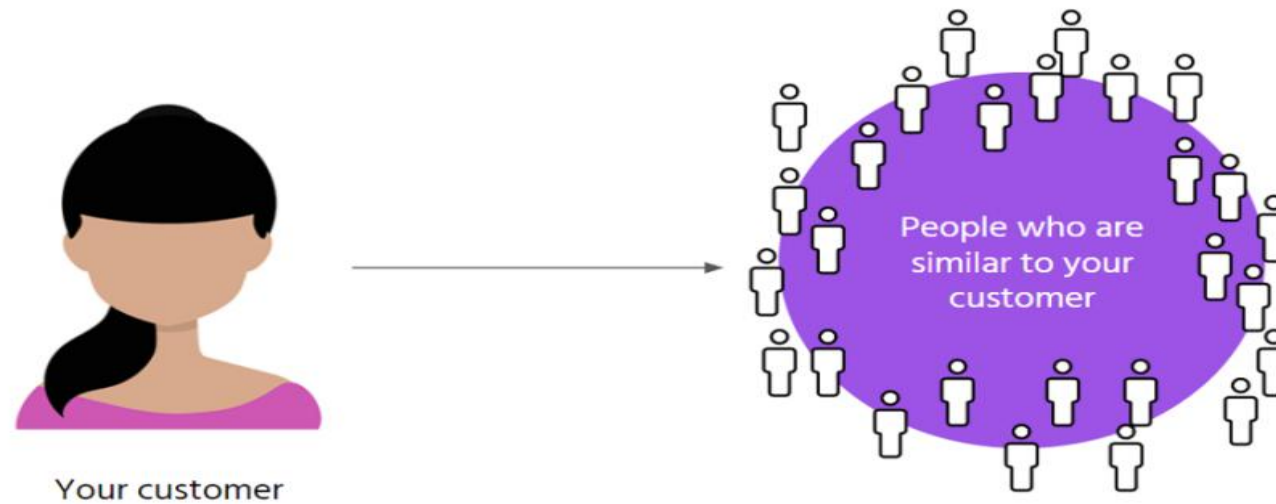
新马

自制美食 DIY 家乡菜

全球其他地区

传统华人节日

技术手段锁定类似受众



有用户行为数据（即下载数据）积累后，针对不同地区，使用**Facebook人群抓取功能**建立当地**高留存/高注册**华人种子用户，用种子用户寻找高质量类似受众，定位更多精准华人。

- **华人聚集度较高且用户质量较高的地区: 低百分比**类似受众 如：港澳台地区，新马地区等。
- **华人聚集度较低且用户质量不稳定的地区: 高百分比**类似受众 如：欧美国家，日韩地区，澳大利亚地区。

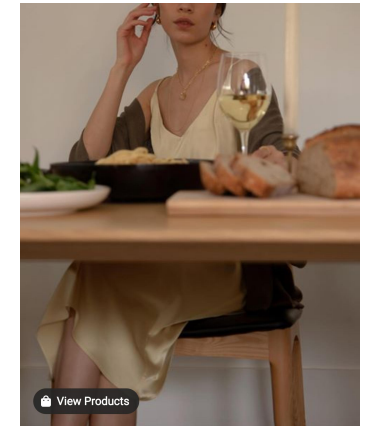
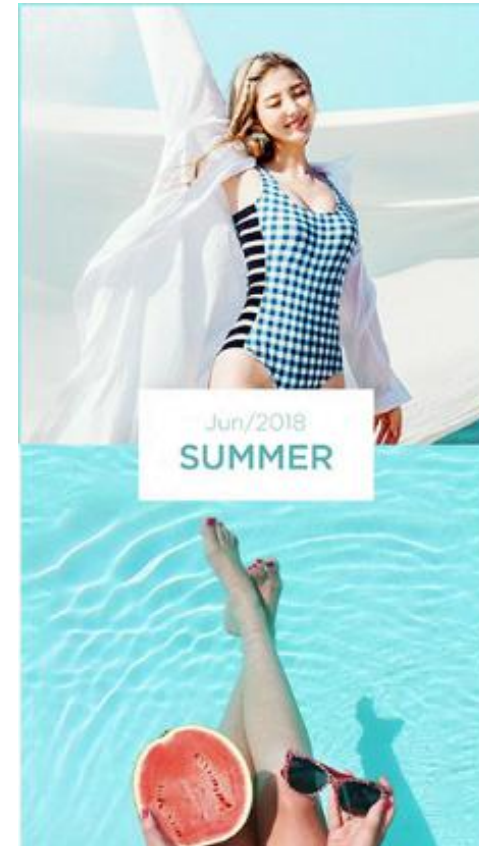
营销策略



采用各地差异化创意：区别于Instagram路线、用内容策略影响海外用户

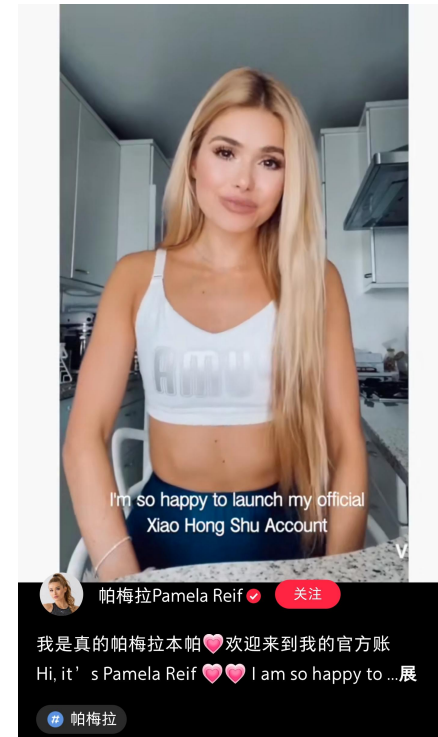
Instagram风格概览

Instagram重在**图片社交**，照片好看才能引发互动，主滤镜，调低色彩饱和度、对比度、色温，增加曝光度，营造出或复古冷淡或清新干净的风格。借助这些滤镜，欧美日韩明星网红博主们发布的照片总给人一种精致感和高级感。哑光金属容器，原木桌椅，一定要出现的绿色植物衍生品，搭配有迷幻的灯光。这样的照片元素，构成了Instagram独有的**“高级精致风”**。



内容差异化-国际化名人

借力**国际化名人**宣传小红书品牌理念“找到全世界的好东西”“标记我的生活”，让受众了解小红书社区平台的【分享】属性：万千好物只待一双发现的眼睛，亦或者你就是一个笔记达人。加强品牌认知度的同时，获得更高的参与度，促进APP下载转化。



内容差异化-中国脸网红

- 借助**美妆界博主**的视频、高颜值中国脸网红+热门内容类视频，带动用户完成转化。
- **网红博主**的号召力、流量红利、以及真实存在于平台上的内容，带来下载的同时，也可提升用户的后期留存率。

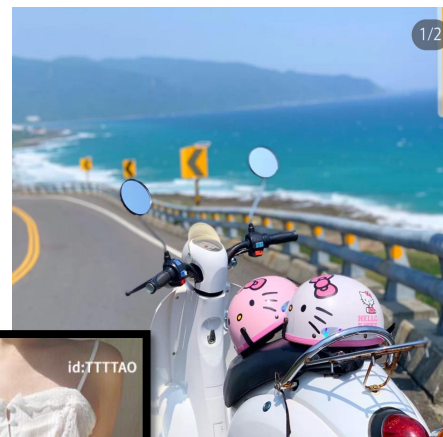


内容差异化-热点话题

港澳台

文案：繁体中文

内容：从**日韩流行**热点话题着手素材，生成创意，拉进与用户距离，并鼓励用户注入繁体内容。



最可爱的车~

小红书号: 110791529

内容差异化-当地特色

新马

文案：简体中文

内容：从当地海岛地区的生活习惯和气候特色着手，结合华人模特，制作酸甜美食/防晒美白/夏季穿搭等素材。



内容差异化-传统华人节日

节日营销

借力端午、中秋等**中国节**，制作相关素材进行推广宣传，从传统文化拉近与用户的距离，促进海外华人用户实现转化。

端午



中秋



在为期一年的推广期内，帮助小红书实现了

14.2亿+

全球广告曝光数

83%

海外华人用户覆盖率

265万+

海外华人新增用户

推广成果

30%+

获客成本低于行业指标

50%+

海外华人注册率

40%

次日活跃率