

## 小红书搜索广告革新

广告主：小红书

所属行业：互联网行业

执行时间：2018.11.01 至今

参选类别：搜索营销类

### 营销背景

随着互联网内容行业的繁荣，互联网广告也在不断升级迭代，尤其近两年兴起的原生内容广告，将品牌信息更加灵活巧妙地传达用户，降低用户广告抵触，并引起用户的兴趣，从而触发用户主动点击、下载、购买等行为的广告形式，深受各大广告主好评。

小红书作为一个年轻生活方式分享平台，致力于让用户在这里发现美好、真实、多元的世界，在这里标记自己生活的点滴。自带社交属性的小红书，在营销推广中也更倾向于利用内容吸引用户，用内容打动用户，用内容留住用户。而如何更好地利用内容变现也是小红书 2018 年营销主攻方向。

### 营销目标

以效果为主，品牌为辅的前提下，革新搜索广告，寻找新的投放渠道拓展新的流量，降低用户对小红书广告抵触感，提高用户对小红书广告辨识度，最终吸引更多新用户加入小红书，同时提升小红书品牌美誉度&知名度。

### 策略与创意

利用百度搜索最新原生内容广告：文曲（优质内容+原生转化组件的呈现形式），实现原生内容+广告服务的融合，全新搜索广告形式，利用内容吸引用户。其原生内容可满足用户资讯需求，原生广告组件引起用户兴趣，让用户的广告体验得到改善，广告转化率进一步提升。



## 执行过程/媒体表现

1、词包&内容策略：锁定8大日常场景（游购育娱衣食住行），覆盖对应8大行业词包（行业通用词），触发8大场景原生优质内容（第三方案例&攻略&测评类等软文）。



2、创意&落地策略：

①创意设计千词千面，广告文案&配图&落地页与搜索 query&原生内容一对一智能匹配；



创意设计千词千面



创意设计千词千面



②广告组件智能插入，基于用户意图、内容标签、组件标签将转化组件以最合适的样式植入到最合适位置。



优化

升级

EG 品牌词扩充 (如希思黎)



EG 节点升级 (如情人节)

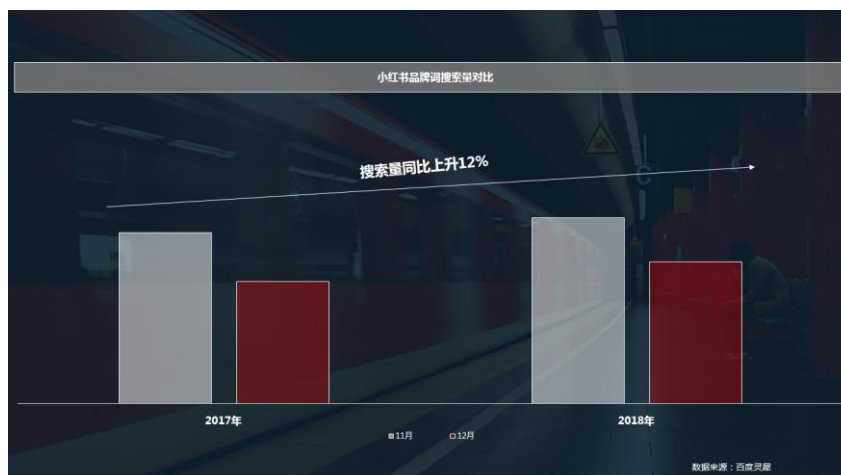


营销效果与市场反馈

文曲执行效果远超客户预期，CPC 比常规搜索下降 50%，成本降低 40%，文曲投放期间小红书品牌词搜索量同比 2017 年上升 12%。



数据来源：百度CRM



数据来源：百度词量