

小紅書（RED）運用代行資料

Cross-Border Next 株式会社・北京邻界科技有限公司

TEL: 03-6380-0589

E-Mail: info@cbn.co.jp

WEB: <http://www.cbn.co.jp>



1 REDとは -3-

2 REDマーケティングの重要性 -4-

3 RED公式アカウントとは -5-

4 RED公式アカウント画面と店舗の展示 -6-

5 RED公式アカウント申し込みの流れ -7-

6 RED公式アカウントの機能 -8-

7 RED公式アカウント機能の例① -9-

8 RED公式アカウント機能の例② -10-

9 RED公式アカウント投稿形式 -11-

10 RED公式アカウント運営内容 -12-

W
W
W
.
C
B
N
.
C
O
.
J
P



小紅書（RED）は、「世界中の良いモノが見つかる」をメインコンセプトとする、中国最大級のソーシャルコマースプラットフォームであります。

2014年にECを開始し、現在ユーザー数は**3億人**以上です。情報感度の高い若年層が多く、全ユーザー数のうち80%が1990年代生まれで占められており、さらにその半数が1995年代以降生まれです。日常生活にまつわる口コミ投稿型のSNSであり、直接商品を購入することが可能なEC機能も備えています。気になった商品や行きたい場所をREDで検索することが一般化しており、消費行動に大きな影響を与えています。

若者は小紅書で ライフスタイルを共有し 、 生活のインスピレーションを探求し、消費情報を獲得する				企業は コンテンツ&インタラクション を通じ、 企業のストーリーを伝え、ユーザーとつながりを築くことができる		
1億+	77%	56%	72%	22,000+	43,000+	20,000+
月間アクティブユーザー	女性ユーザー	一線都市&二線都市ユーザー	20代ユーザー	企業公式アカウント	ブランドホームページ	1日あたりの平均ノート数（ブランドのTagが付き）

2 REDマーケティングの重要性

2020年中国データ広告市場の研究報告では、小紅書（RED）が中国で市場価値が一番高い「データ媒介プラットフォーム」と評価され、タオバオや天猫と並んで一位となりました。その理由として、他のプラットフォームに比べ、アクティブユーザーが多く、また1級都市で購買力のある女性が多いことが挙げられます。

さらに、REDは口コミ共有アプリの側面もあり、アクティブ度の高い購買力のある女性が商品の口コミを多く投稿しているため、「データ媒介プラットフォーム」の価値が高いと評価されています。

小紅書（RED）の発表しているデータによれば、小紅書（RED）上でKOLマーケティングに活用される予算が2020年は2019年に比べ、42%増しているようです。



RED自体はEC機能を持たせる

3 RED公式アカウントとは

- ◆ 小紅書では、一般アカウントと公式アカウント（プロアカウント）の2種類のアカウントが存在しています。
一般アカウントは個人向けですが、企業様のご希望により、公式アカウントの開設も可能です。

国際大手ブランドから国内の新興企業まで、
現在22000+企業が小紅書で公式アカウントを持っている



公式認証

アカウントの画面に公式認証
logoを展示、
ユーザーの信頼感を得られる



コンテンツ配信

最新情報の配信から
プロモーション・ビジネス
コラボまでできる



ファンと交流

コメント、@、話題、DM
でファンと交流できる



データ分析

定期的に公式のデータ報告
を得られる
報告に基づいて運営内容を
改善できる



購入誘導

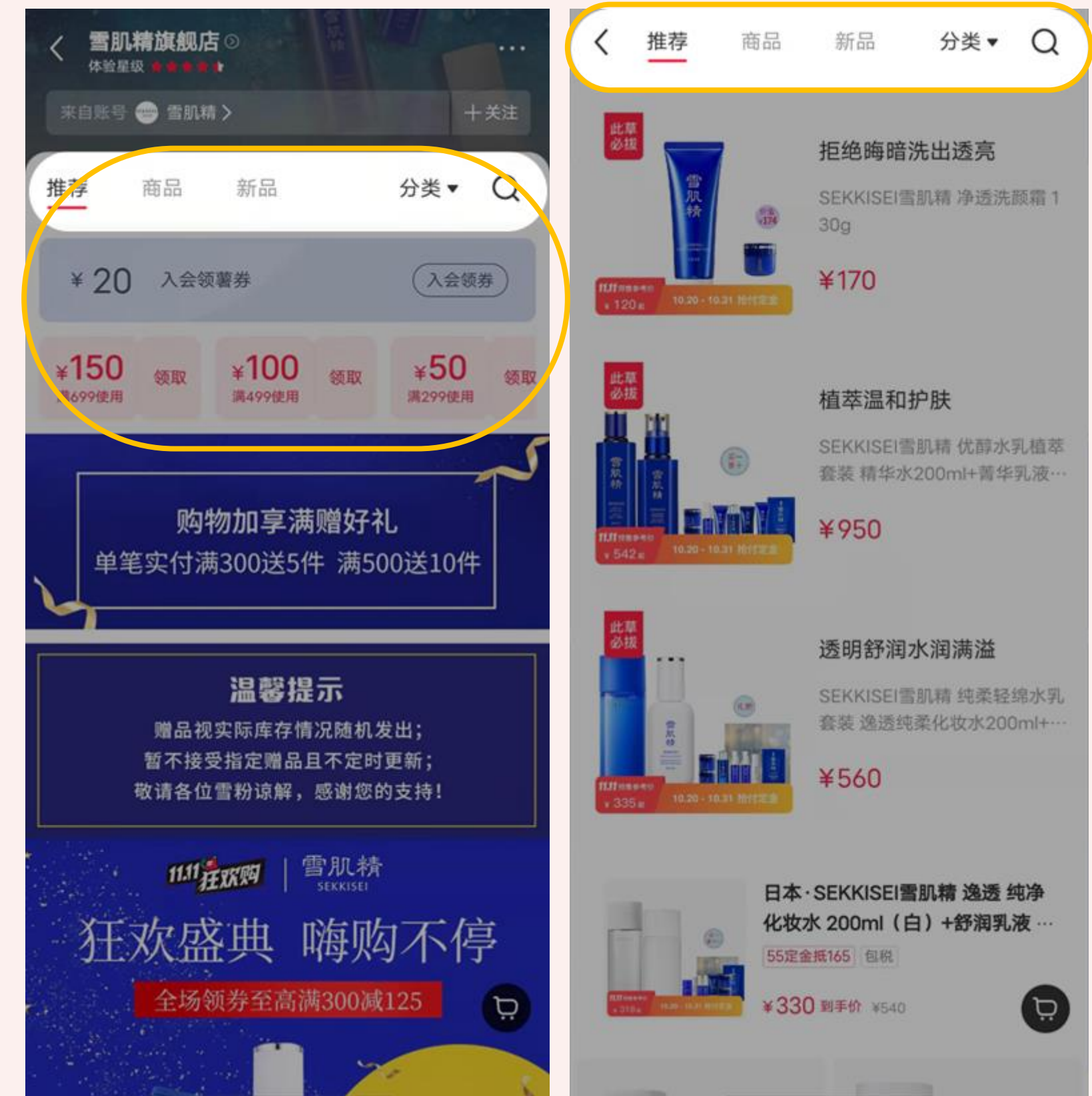
REDアプリ内から
直接商品が購入可能

4 RED公式アカウント画面と店舗の展示



店舗の画面

クーポン券・イベント・商品ジャンル・おすすめ商品などをタブ分けして表示



5 RED公式アカウント申し込みの流れ



REDの公式アカウントは一般アカウントを開設した後申し込み可能になります。



①REDアカウントを開設

スマホひとつでREDのアカウントがAPPで開設可能

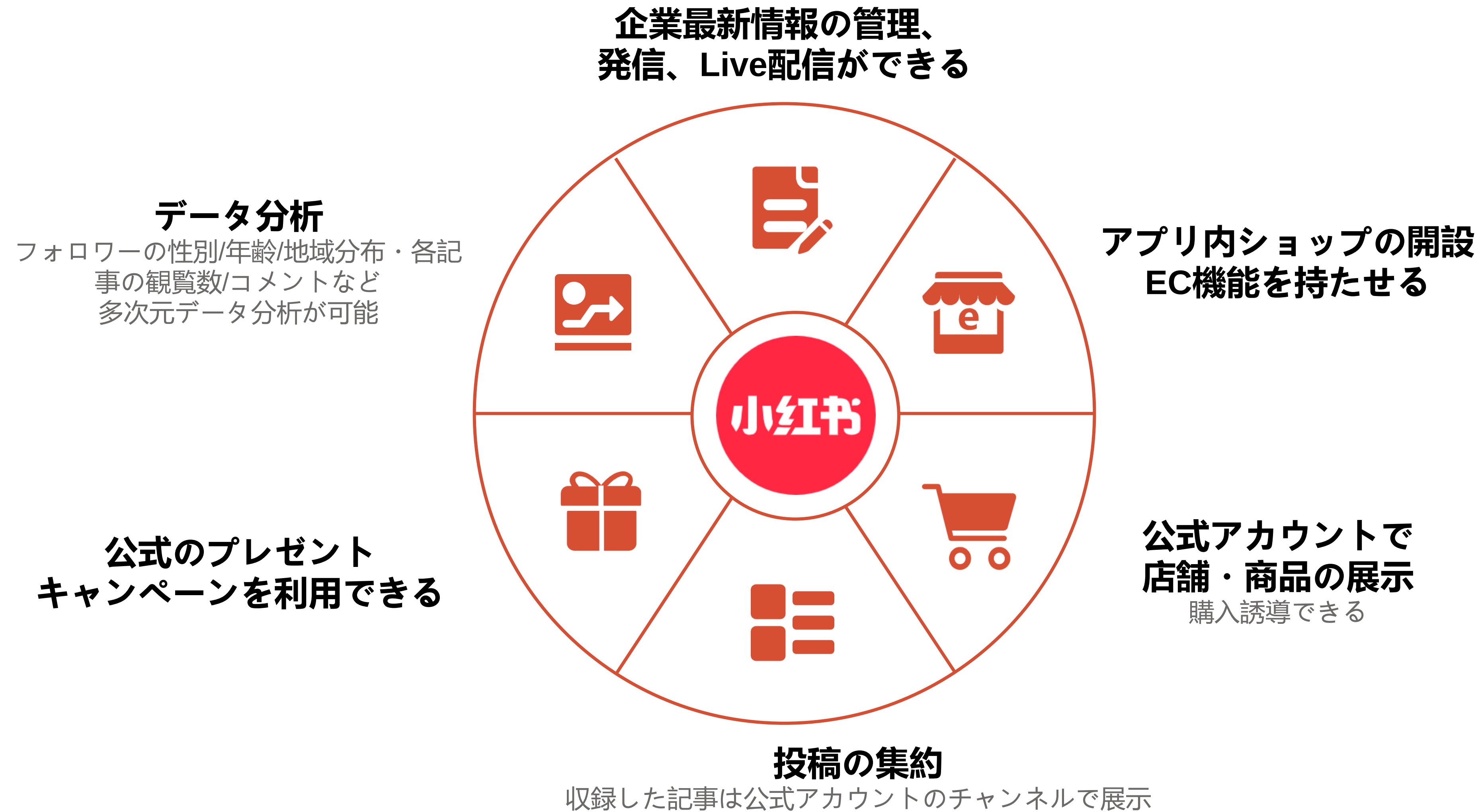
②公式アカウントを申し込む

REDの「专业号平台（プロアカウントサイト）」を登録、公式アカウントを選んで申し込む

③資料の提出

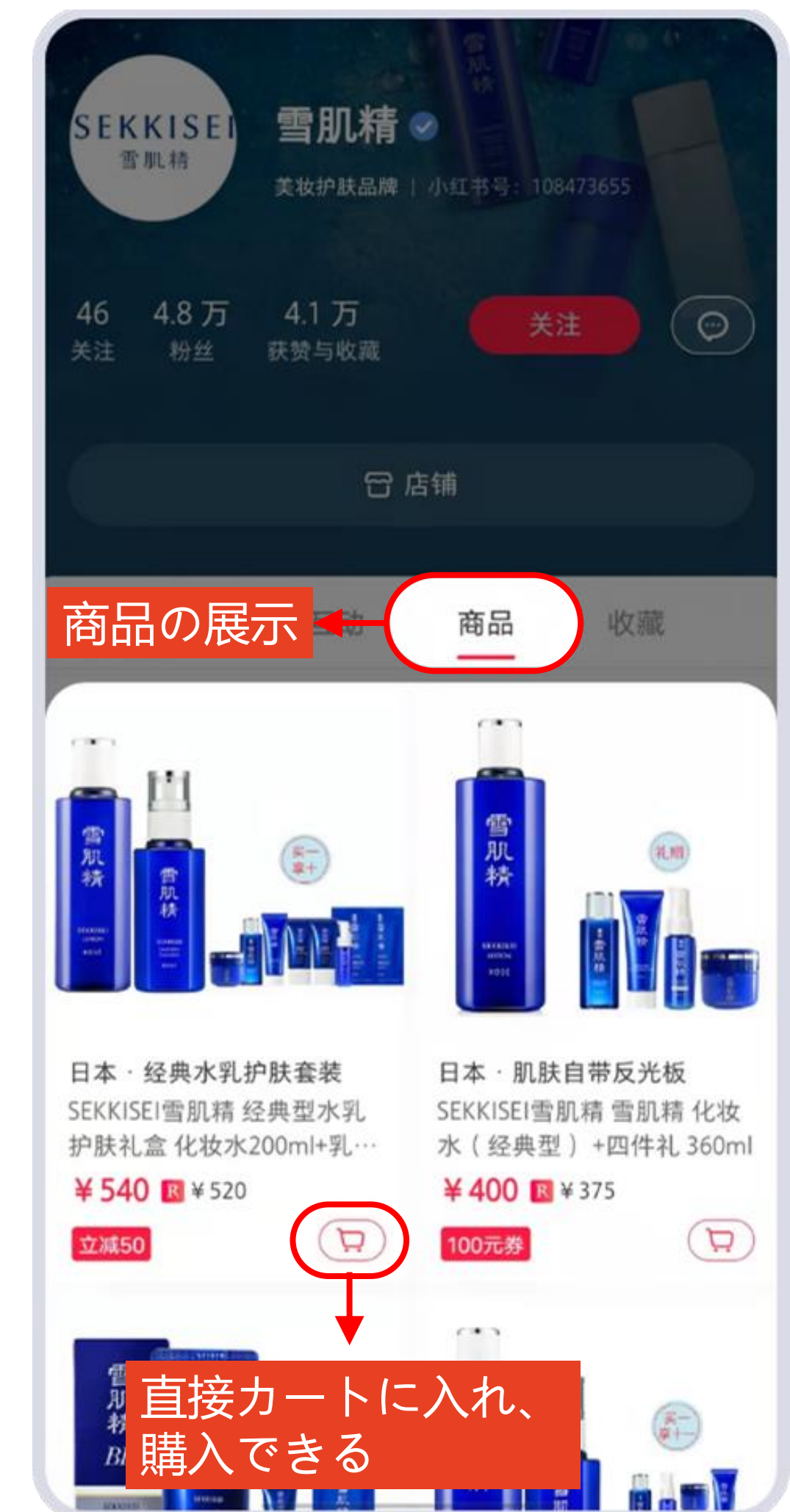
認証資料の提出と認証費用の支払い後、三日間以内に認証結果が通知される

6 RED公式アカウントの機能



7 RED公式アカウント機能の例①

記事・投稿集約・商品の展示



8 RED公式アカウント機能の例②

◆ 公式プレゼントキャンペーンは毎月1回のみ利用できます。



プレゼントキャンペーンの締
切日・参加ルール・キャンペ
ーン記事URLをお知らせする

一般的には以下の2点を制定
する
①公式アカウントのフォロー
②キャンペーン記事のいいね
とブック

キャンペーン記事のURL

キャンペーン参加完了のお知
らせ



9 RED公式アカウント投稿形式

テキスト + 画像投稿
(最大9枚の画像を投稿できる)



動画投稿
(最長15分の動画を投稿できる)



公式プレゼントキャンペーン
(毎月1回のみ利用できる)



10 RED公式アカウント運営内容



季節・イベント・流行に合わせ、発信テーマやイベントをお客様と相談、企画していきます。
ミニプログラムとの連携やKOLによる拡散のお手伝いの他、
WeChat公式アカウント内での長文＋画像投稿/長文＋動画投稿も可能です。

運用内容（例）：

具体的にお見積もりに関しては
info@cbn.co.jpまでお問い合わせください。

1

定期的に掲載記事を更新、 ハッシュタグのご提案

月ごとに、来月の発信テーマ、内容、ハッシュタグのご提案等を事前に確認します。
毎回テキスト100～200字＋画像1～9枚/動画1本を投稿予定です。

2

コメント対応

定期的にユーザーからのコメントを返信、
@をコメント・集約・引用します。
DMの回答、自動返信・フォロワーに
グループDMの送信の設定をします。

3

KOL・KOC・お客様の投稿の収録と 引用

投稿した記事がブランド名、商品名を載せる場合は公式アカウントに収録できます。
また、投稿者に連絡し、投稿内容を公式アカウントに再投稿すること（引用先表示）もよく使われている手法です。

4

イベントを企画、 プレゼントキャンペーンを行う

現時点の話題と販売予定/販売中の商品等を組み合わせながら、プレゼントキャンペーンを企画します。
REDの公式キャンペーンで、参加にはフォローが必須条件になるため、フォロワー数の増加が見込めます。

5

運営レポート月1回提出

コンテンツを充実させ、フォロワー数増加を達成！



お問い合わせ・ご連絡こちらまで
info@cbn.co.jp

ホームページ

<http://www.cbn.co.jp>
<http://linjie-tech.com>