



小红书官方授权IM工具服务商

小红书教育行业营销实战白皮书

——精准获客与增长策略

| 告别低效 让增长一目了然

2025 09

摘要

随着教育行业获客成本持续攀升与竞争加剧，小红书凭借其3亿月活的庞大用户基础、高价值教育消费群体和强大种草转化能力，已成为教育品牌不可或缺的营销阵地。2025年小红书教育赛道呈现出爆发式增长，教育细分类目扩充至105个，品牌笔记年同比增长92%，GMV增速达101%，订单量增长165%，用户数增长168%^[1]。

本白皮书旨在深度解析教育行业在小红书的营销现状、趋势与策略，为教育品牌提供实操指南，系统拆解“内容+流量+转化+工具赋能”四维一体策略，助力教育品牌商家抓住平台增长红利，打造教育行业第二增长曲线。



Contents

目录

01

势之所趋：为什么小红书是教育获客必争之地？	01~06
-----------------------	-------

02

知己知彼：读懂小红书上的高价值教育用户	07~09
---------------------	-------

03

内容破局：如何构建可持续吸引目标用户的内容体系？	10~13
--------------------------	-------

04

流量获取：如何精准布局，让内容不再“酒香巷子深”？	14~18
---------------------------	-------

05

临门一脚：如何设计高转化链路 with 私域沉淀	19~21
--------------------------	-------

06

工具赋能：告别线索流失，驱动教育营销实现规模化获客	22~29
---------------------------	-------

PART 1 势之所趋——

“为什么小红书是教育获客必争之地？”



教育行业的获客战场，正在经历一场深刻的变迁。过去我们依赖线下发传单、打电话，后来转向搜索引擎和信息流广告。但今天，用户在哪里，信任在哪里，增长就在哪里。

新一代的家长 and 上进青年们，他们的决策路径已经变了：不再是被动接受广告，而是主动搜索、查看口碑、深度比较。他们聚集在一个拥有3亿月活、以真实分享和强力种草著称的社区——**小红书**。

3亿+
月活用户

90%
用户UGC内容

1亿+
分享者

70%
月均用户搜索渗透

超50%
一二线城市

*数据来源于小红书平台公布



这里，正成为教育品牌破解增长难题、寻找新生的关键阵地。

新流量 新机遇： 小红书教育生态的爆发式增长

 **用户活跃与需求旺盛** 小红书拥有3亿月活用户，其中62.5%以上用户愿意每天为学习投入一小时以上，76.6%会购买课程或报班进行学习提升。

23~25年小红书教育培训行业用户搜索量

2025年Q1~Q2搜索量

2024年搜索量

2023年搜索量

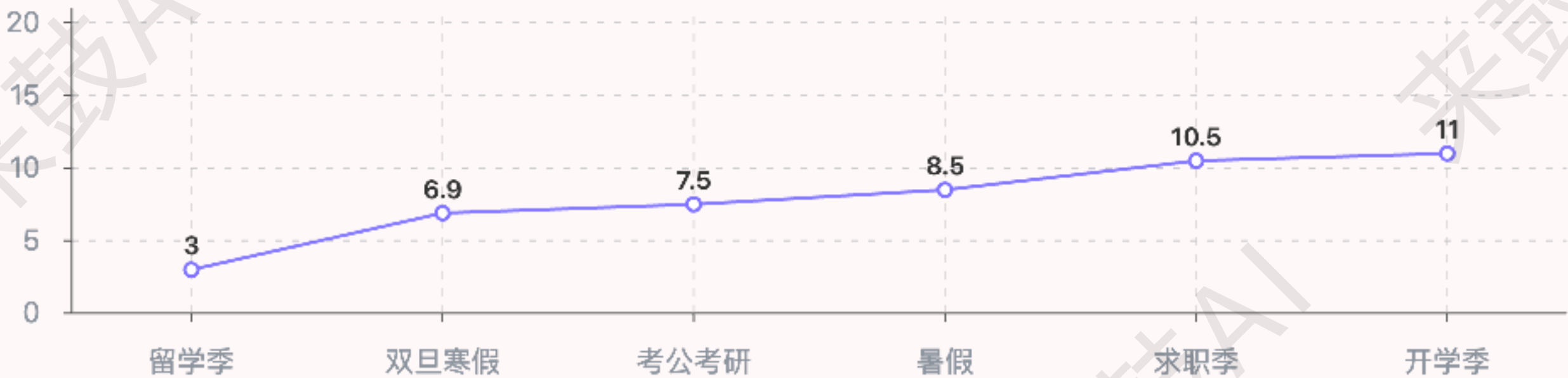
23-25年小红书教育培训行业曝光笔记数

2025年Q1~Q2笔记数

2024年笔记数

2023年笔记数

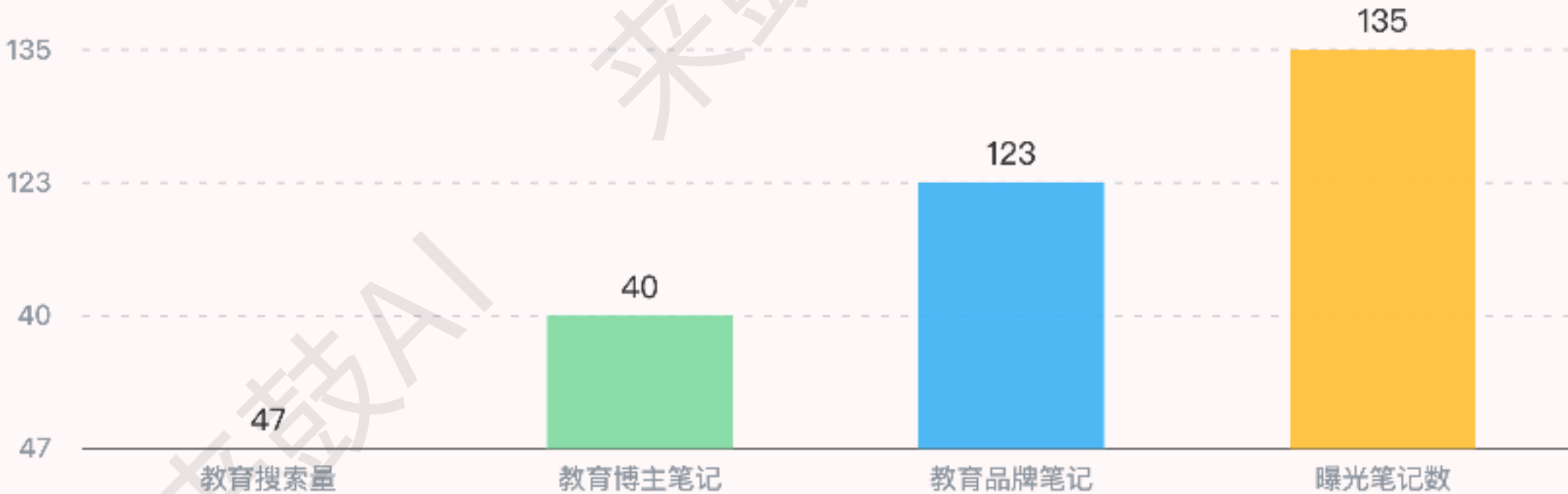
小红书教育培训行业搜索量（亿级）



数据来源：小红书官方统计（2024.1~2025.3）

 **内容生态繁荣** 2024-2025年间，教育类笔记数量和质量双双提升，创作者生态日益丰富。

2024-2025年间小红书教育类相关增长（年同比增长%）

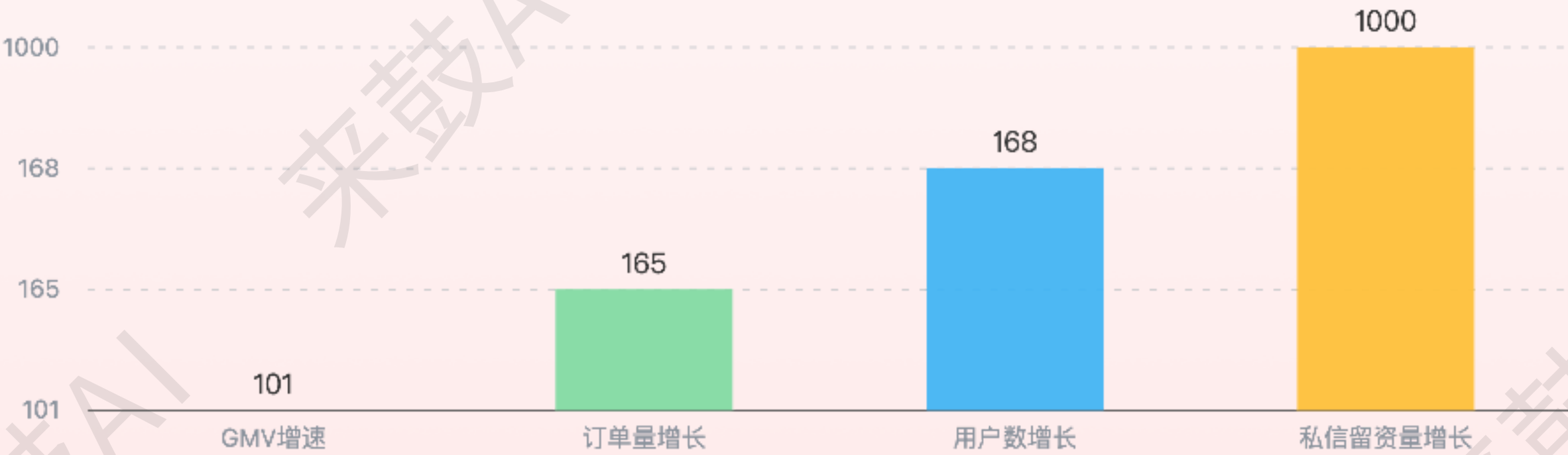


新流量 新机遇： 小红书教育生态的爆发式增长



商业成果显著 2025年1-4月同比直播商家数增长65%。中高客单价订单量环比增长230%。

2024-2025年间小红书教育类商业成果增长 (%)



这意味着什么？

意味着小红书的流量，是高意向、高价值的“黄金流量”。用户来这里不是为了闲逛，而是为了解决实际问题，他们信任这里的“过来人”经验，并且有极强的付费意愿。

新格局 新蓝海：

发现教育行业细分赛道机会

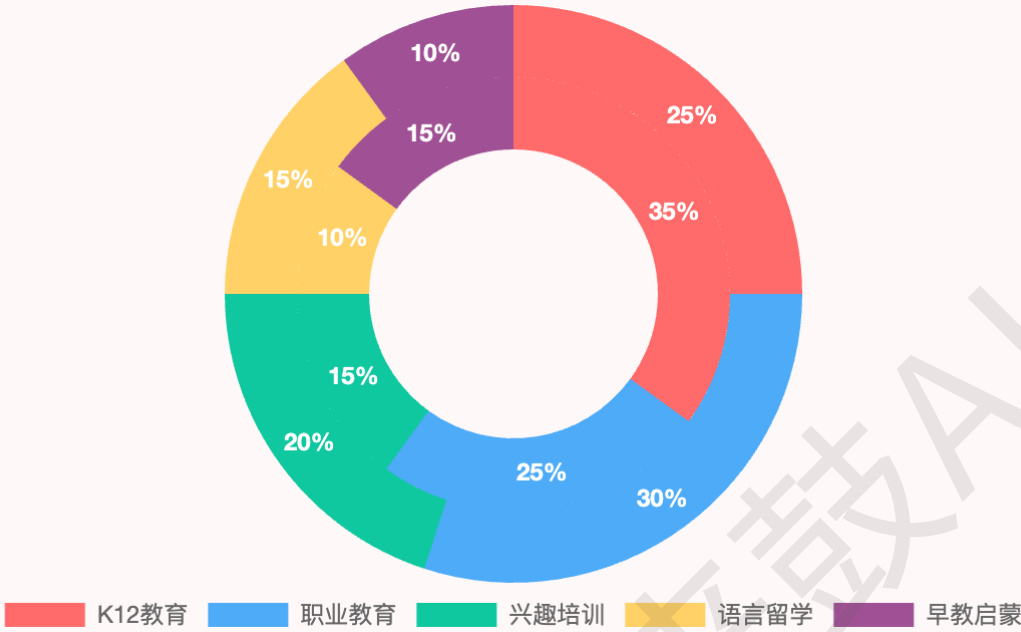
小红书的丰富性在于，它不是一个单一市场，而是由无数个精准的细分圈层构成的。无论您的机构规模大小，都能找到自己的机会。

主要赛道充满机会：

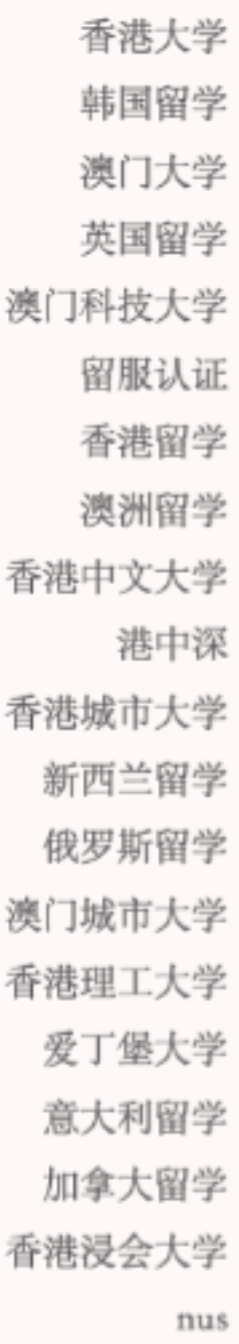
表：小红书教育细分赛道增长情况

赛道类别	代表性细分领域	增长表现
素质教育	书法、绘画、设计	笔记量增长567%
职业教育	学历提升、职业技能培训、公职考试	笔记增长量316%
早幼教	亲子阅读、少儿编程、思维训练	笔记增长量300+%
思想与人文教育	财商、情商培养、人文素质	思想类内容增长354%
健康养生	瑜伽、健身、养生、冥想	用户需求量大增长迅速

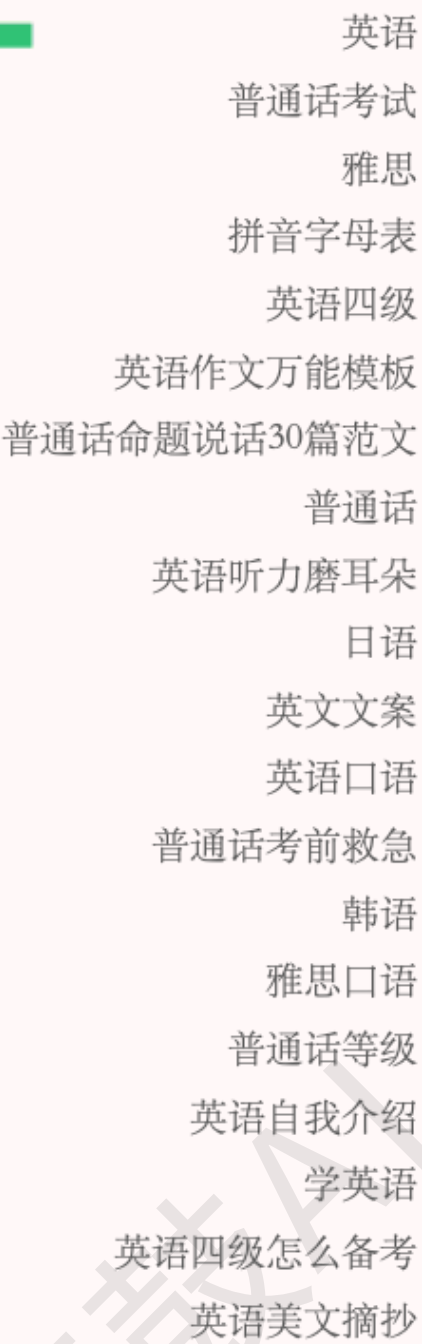
各级城市教育需求分布（一二线、三线）



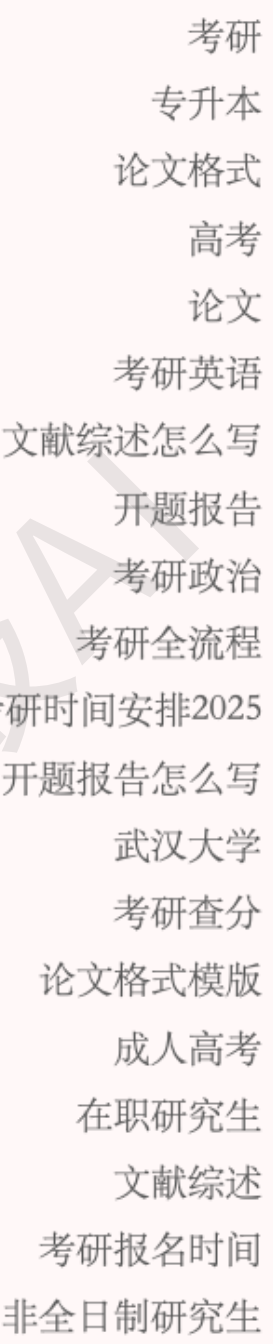
留学TOP搜索词



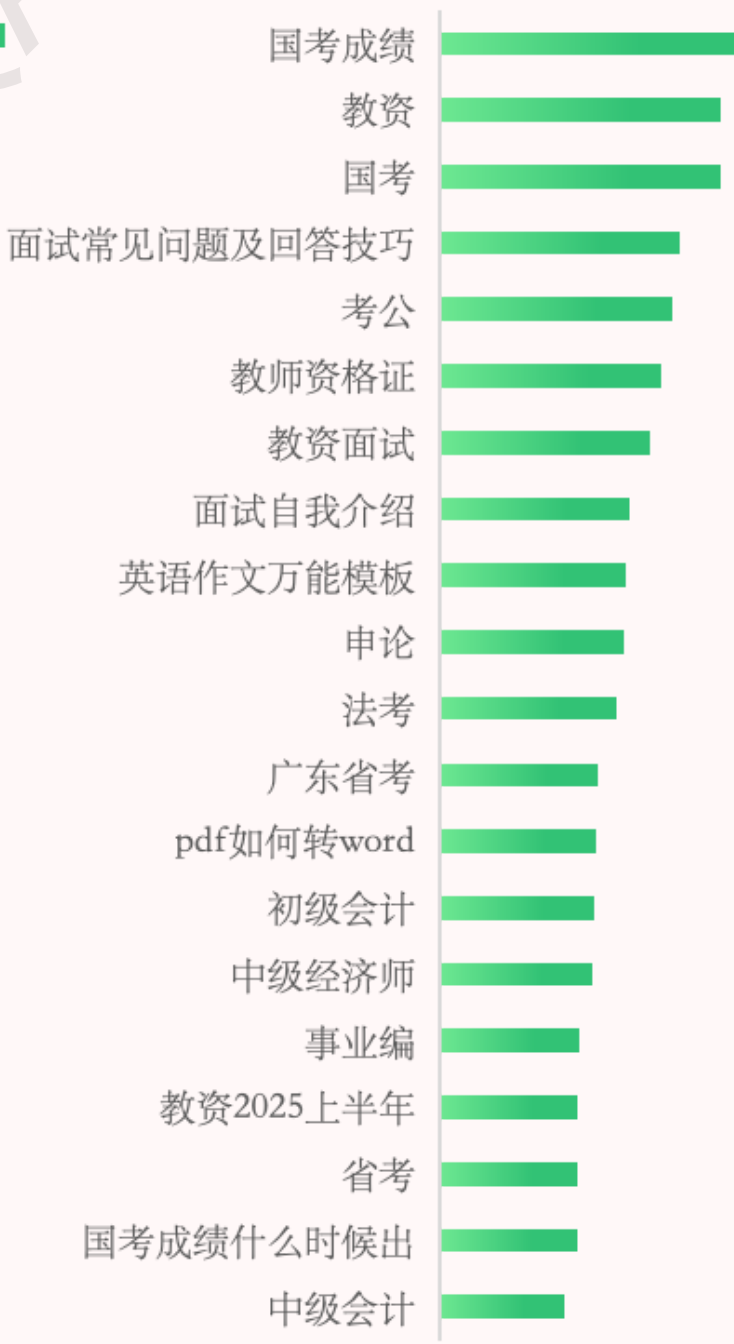
语言培训TOP搜索词



学历教育TOP搜索词



职业教育TOP搜索词



数据来源：小红书官方数据（2025.05）

新格局 新蓝海：

发现教育行业细分赛道机会

细分蓝海赛道充满机会：

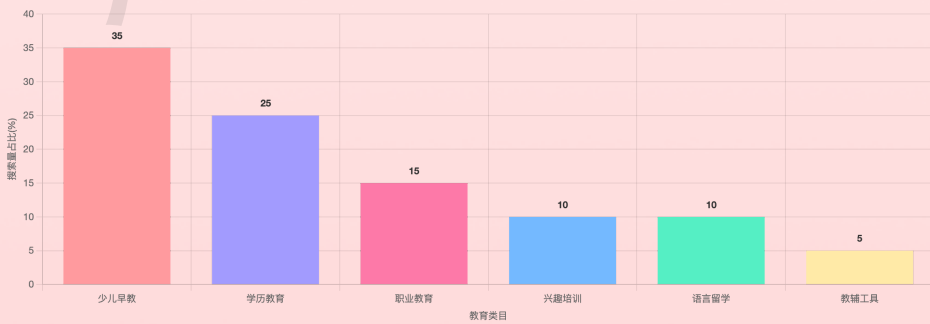
- 细分赛道仍是蓝海：教育类目已扩至105个。如少儿舞蹈、逻辑思维、特定职业技能培训等，竞争较小，获客成本更低。
- 人群和地域在扩展：用户从一线城市快速渗透至二三线甚至下沉市场，男性用户比例显著提升，带来了新的流量红利。
- 新需求爆发，供给稀缺：“AI技能”、“健康养生”等品类搜索量年增超200%，但优质内容和服务供给严重不足。这正是抢先布局、建立品牌认知的绝佳窗口。

教育类目数量



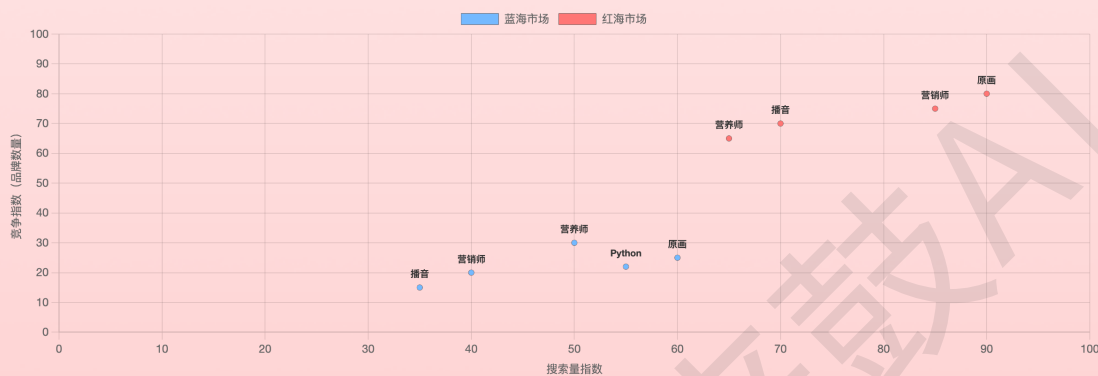
数据展示：小红书教育细分三级类目已扩至105个，涵盖从早教到成人职业教育的全方位教育需求

教育类目搜索量占比分布



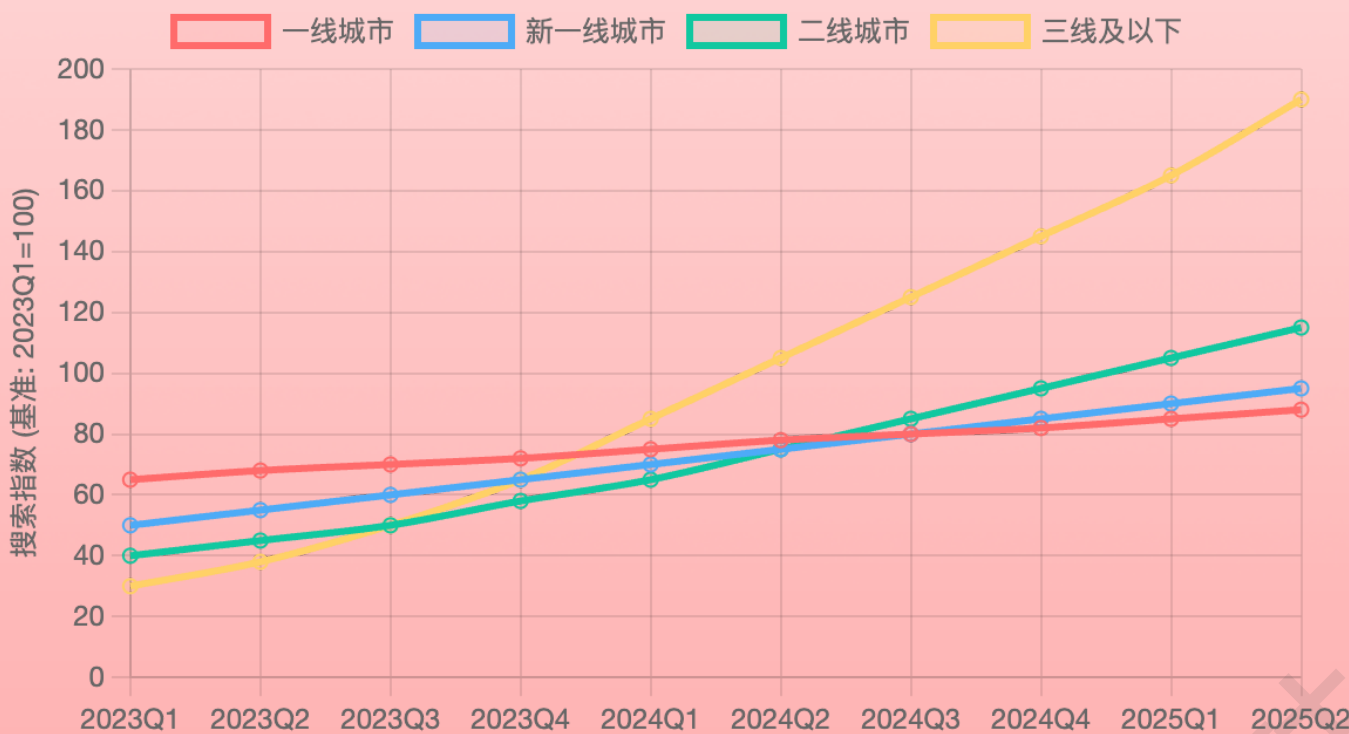
数据展示：少儿早教和成人教育是小红书教育内容的两大主要板块，其中考研、英语、留学等类目搜索量较高

成人教育蓝海市场分析

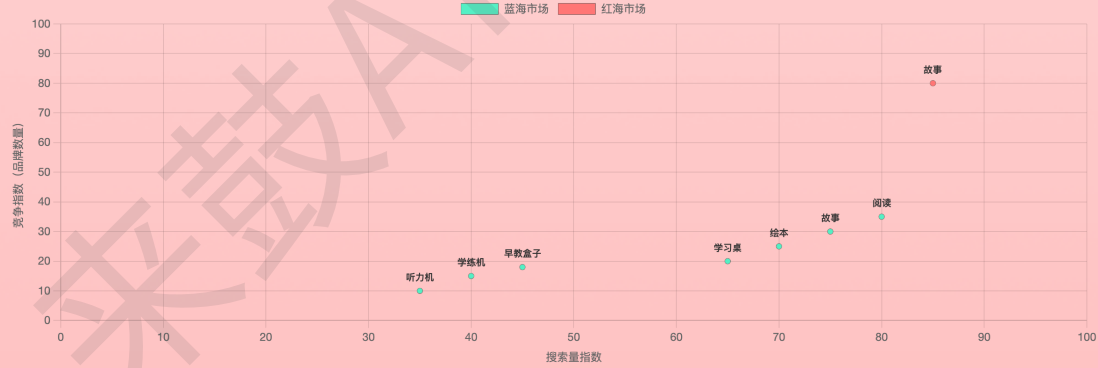


数据展示：营养师、原画、播音等成人培训业务品牌数相对较少，且平均点击价格不高，发展前景可观

下沉市场教育内容搜索增长趋势

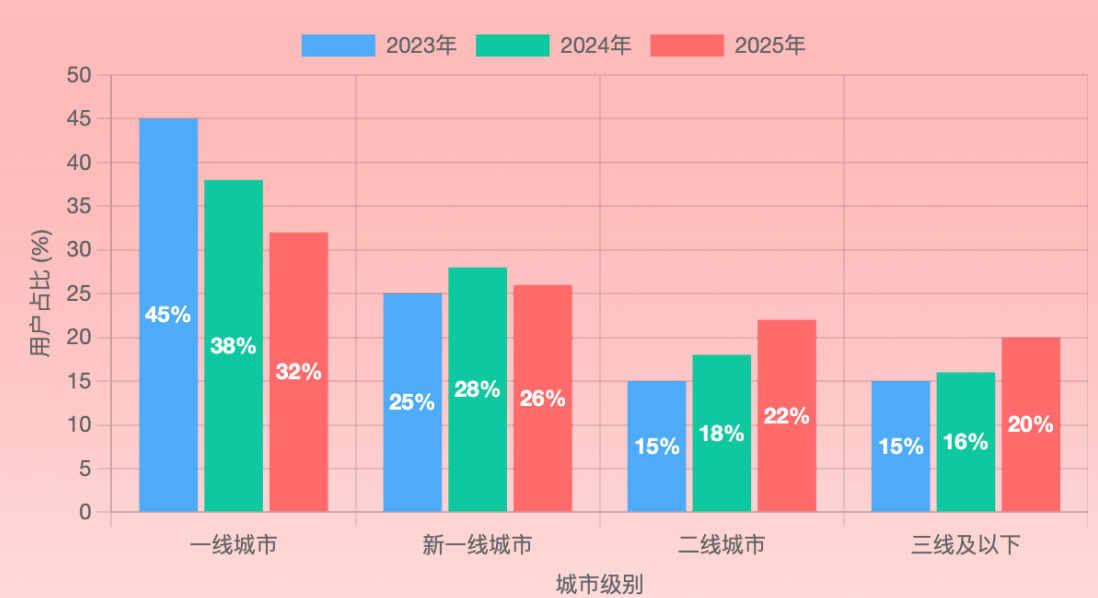


少儿教育蓝海市场分析



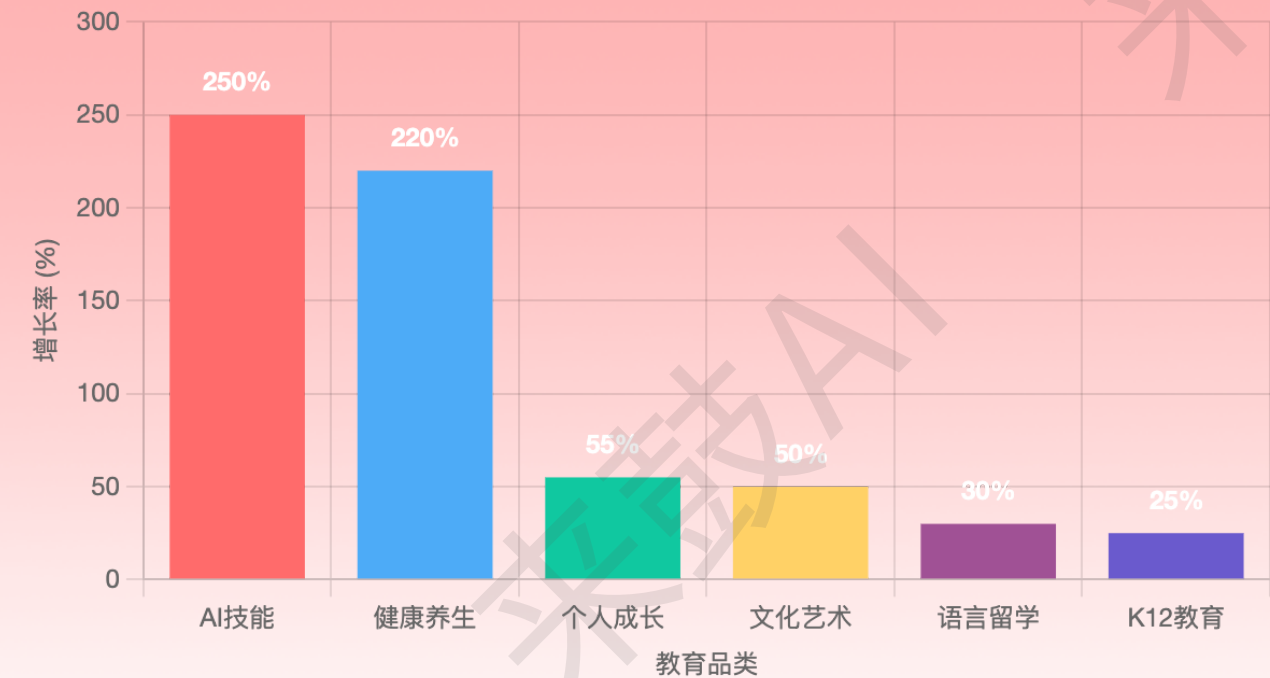
数据展示：故事、绘本、学习桌、阅读等领域搜索需求较大但竞争相对温和，属于蓝海市场；学练机、听力机、早教盒子等智能硬件品牌数较少，机会较大

用户地域分布变化（2023-2025）



地域扩展显著：小红书教育用户从一线城市快速向二三线及下沉市场渗透，三线及以下城市用户占比持续增长

下沉市场教育内容搜索增长趋势



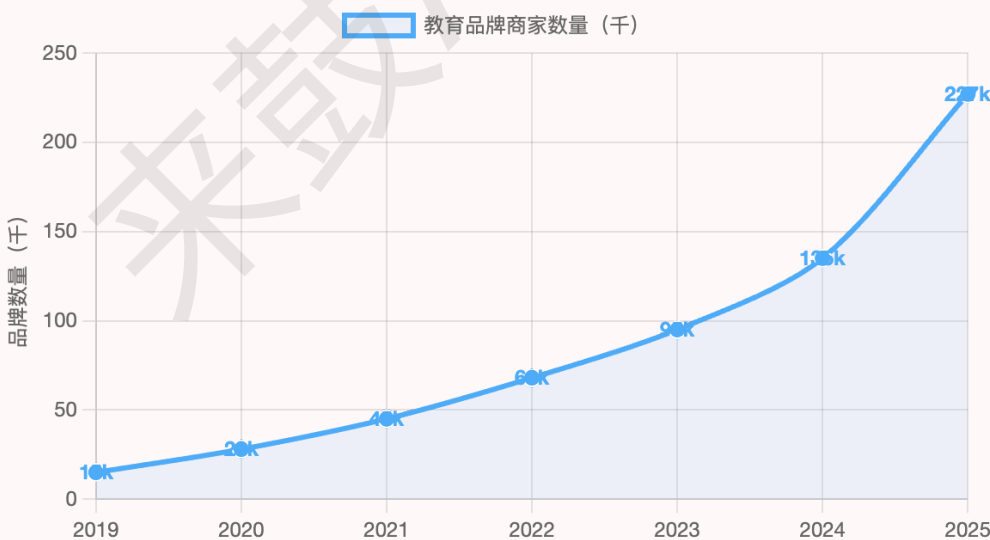
新变化 新要求： 增长策略的核心进化

随着机会增多，小红书教育生态也逐步成熟，这就导致了行业竞争维度正从“表层流量争夺”向“深层能力比拼”加速深化。

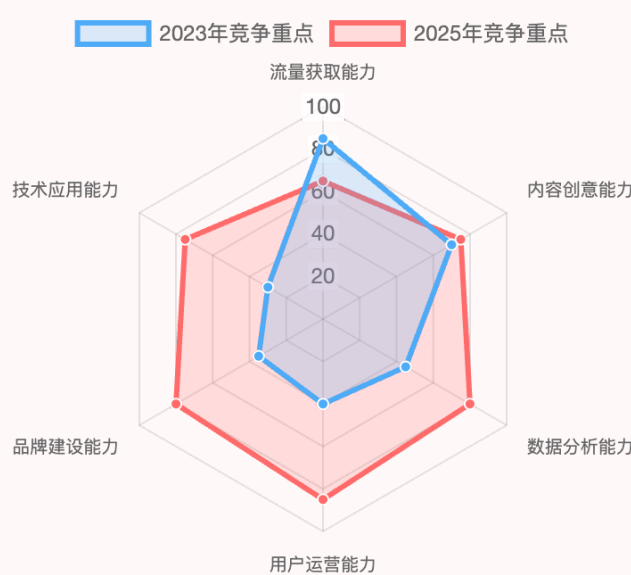
一方面，教育类品牌商家持续涌入，市场竞争密度显著提升；另一方面，平台规则、算法推荐机制日趋完善，“流量普惠”向“价值优先”转型

——这两大变化共同推动行业竞争逻辑重构：早期依托“单篇爆款内容”即可实现流量爆发与初步获客的模式，无法支撑可持续、规模化的增长；品牌若想稳定承接平台红利，必须构建“覆盖用户决策全链路”的精细化运营体系。

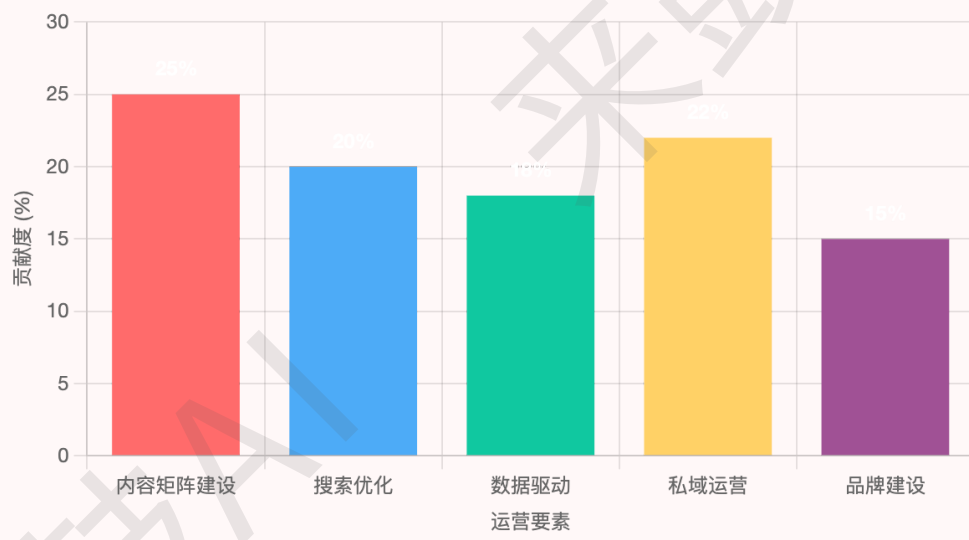
教育品牌商家增长趋势（2019-2025）



竞争维度深化趋势分析



精细化运营体系关键要素效果评估



本章小结：

小红书教育生态的增长具备坚实的用户基础与商业动力，且存在大量未被充分开发的细分机会。对于意图寻求增长突破的教育品牌而言，布局小红书已从“可选项”变为“必选项”。

然而，机遇与挑战并存。要想将平台流量有效转化为品牌增长，需要我们深刻理解其生态规则，并构建与之匹配的、高效的运营体系。这既是挑战，也是机会。

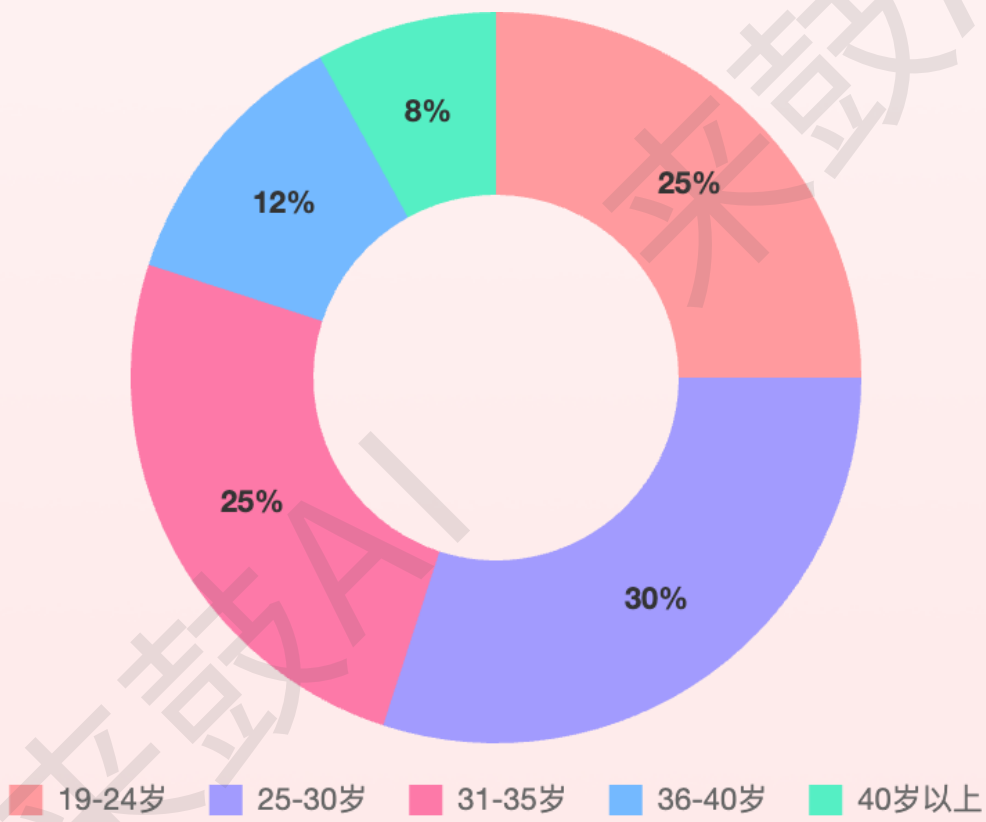
PART 2 知己知彼

——读懂小红书上的高价值教育用户

 用户特征：高价值、强意愿的“终身学习者”

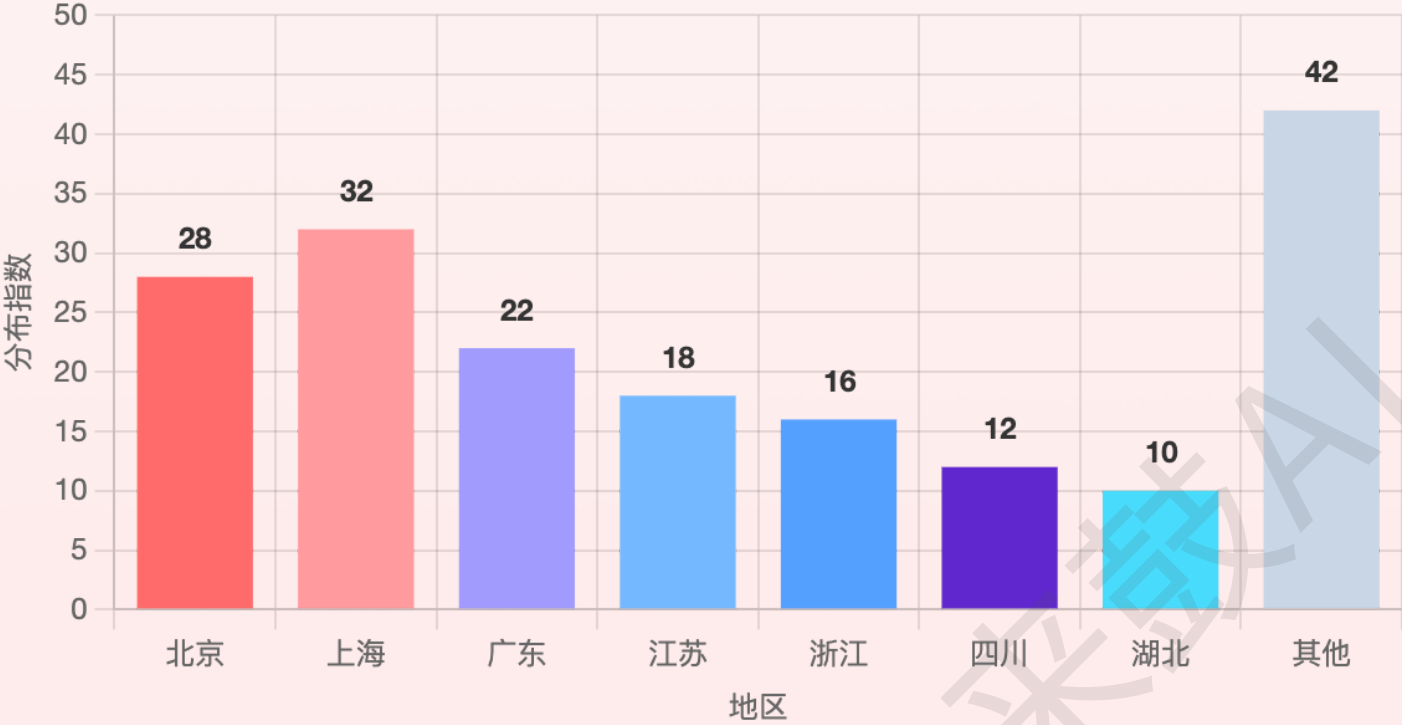
年龄分布

19-35岁年轻人群为主，其中19-25岁是成人兴趣教育主力，31-35岁是素质教育决策主体



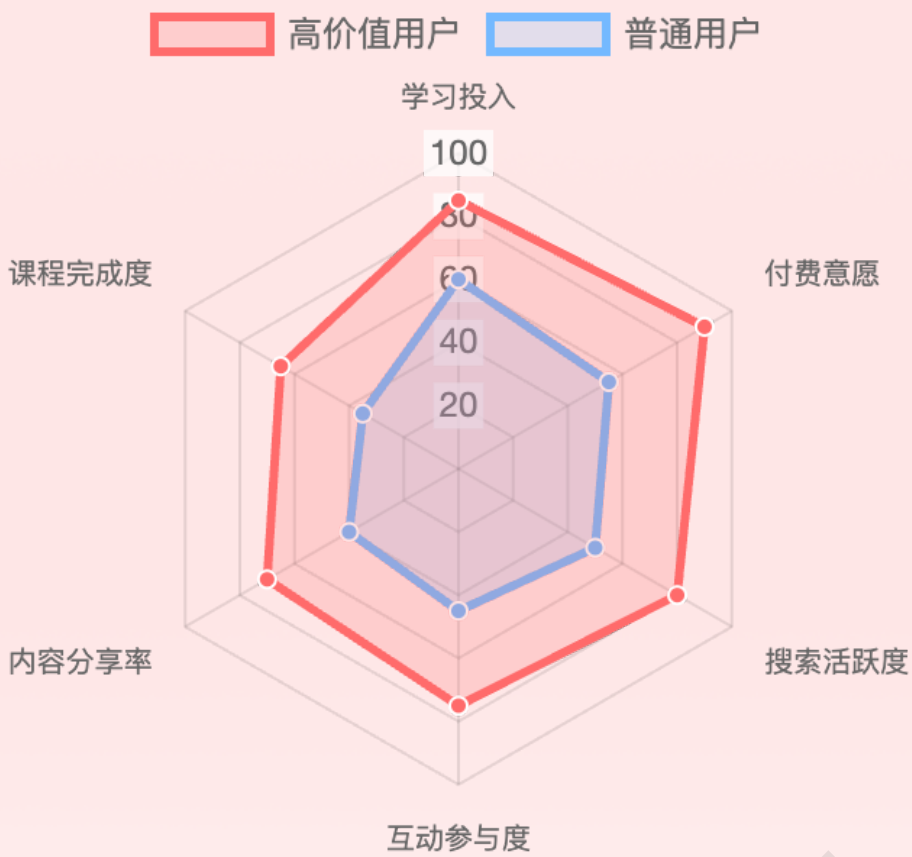
地域分布

一线、新一线和二线城市为主，经济发达地区教育需求更为旺盛



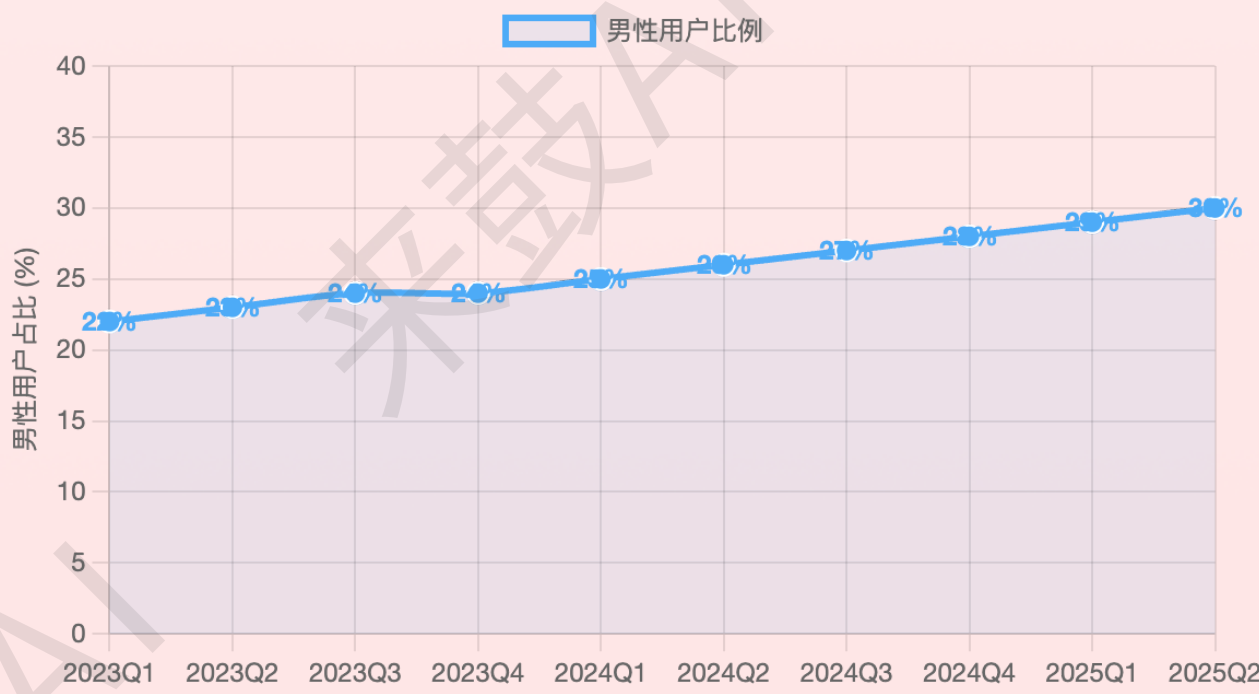
消费能力

62.5%用户每天投入1小时以上学习，76.6%会购买课程或报班学习

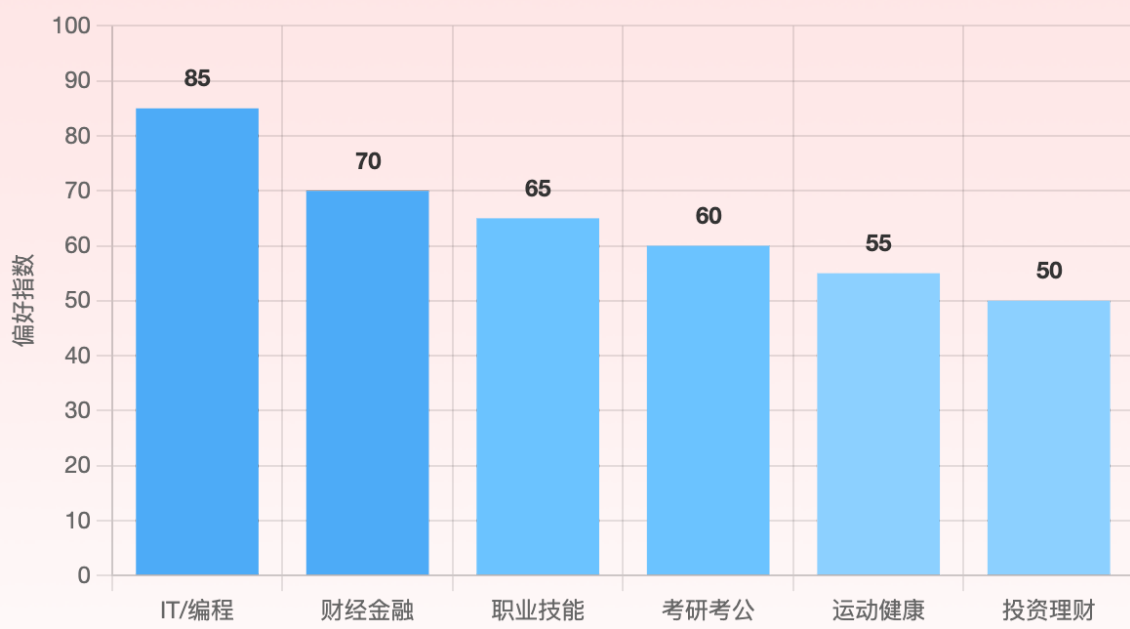


男性占比变化趋势

女性占比较高，但男性用户增长迅速



男性用户偏好教育品类



“从年轻妈妈到上进青年，覆盖全生命周期教育需求。”

知己知彼

——读懂小红书上的高价值教育用户



行为模式：主动、理性且依赖信任的决策路径

小红书用户的行为模式与传统平台截然不同，其核心在于“主动搜索”和“信任决策”。



素材来源：小红书官方发布

“遇事不决上小红书——从‘种草’到‘决策’的用户心智已深度养成。”

知己知彼

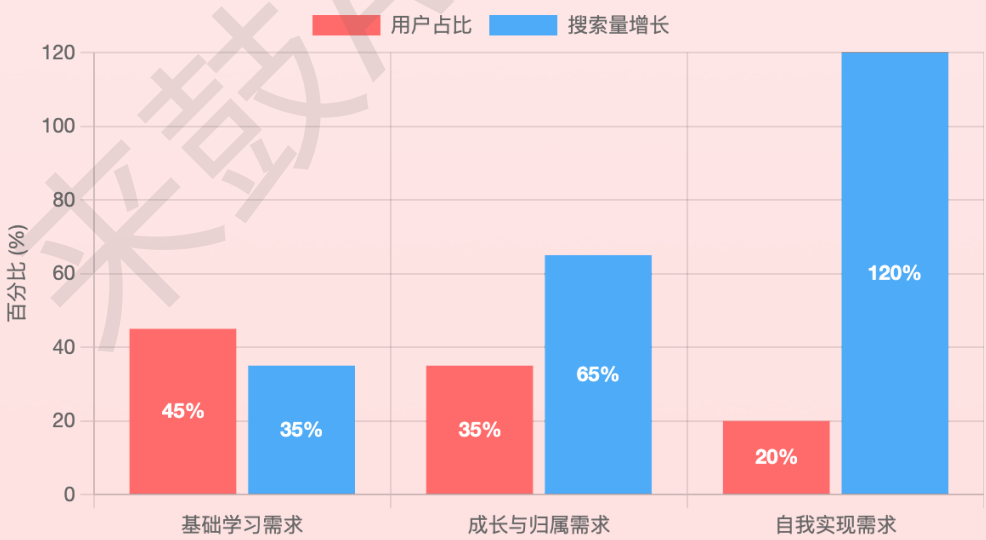
——读懂小红书上的高价值教育用户



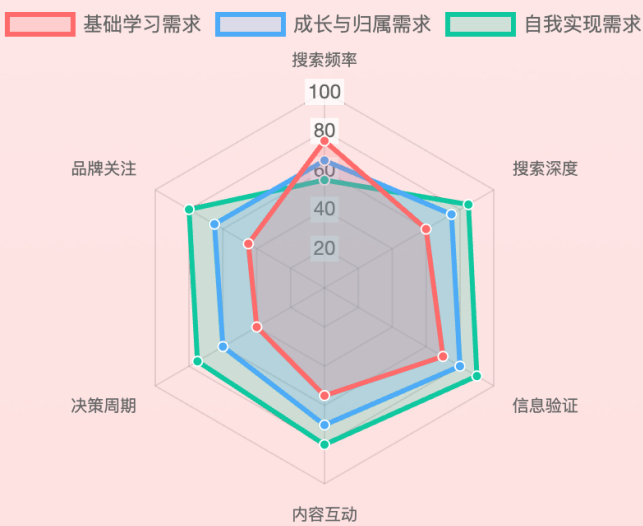
需求分层：从实用主义到自我实现的多元光谱



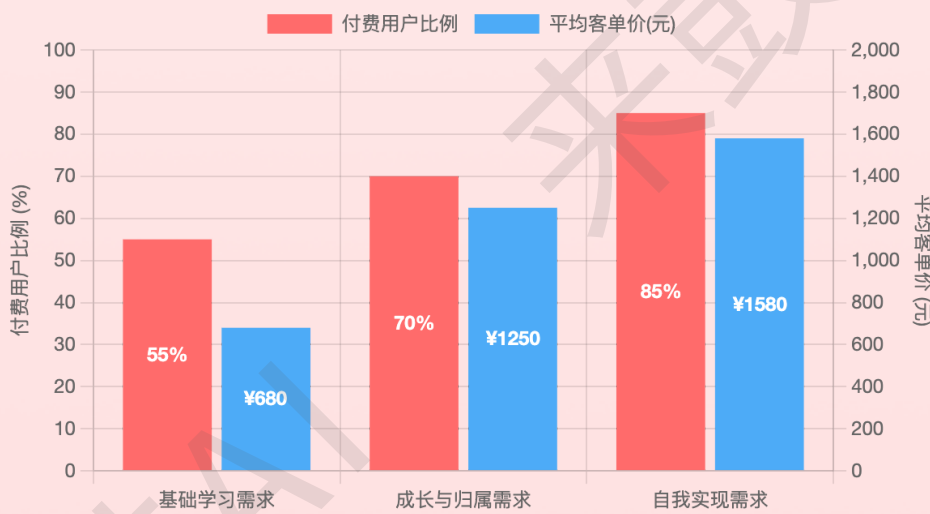
各需求层次用户分布与增长



各需求层次搜索行为对比



各需求层次付费意愿分析



“教育品牌的内容战略不应局限于产品功能本身，而应向上延伸到价值和情感层面。通过满足用户更深层次的需求，打造品牌差异化，建立更深厚的用户情感连接。”

本章小结：

小红书的教育用户是高质量、高意向的“理想客户”。他们的行为模式是主动的、决策是理性的、需求是多元的。成功吸引他们的关键，在于提供真正有价值的内容，并通过持续、专业的互动与之建立信任关系。

PART 3 内容破局

——如何构建可持续吸引目标用户的内容体系？

如何通过内容与用户建立有效连接？教育产品的决策门槛高，用户信任成本高，单纯的信息告知式广告在此几乎完全失效。接下来，将详细拆解构建一套既能吸引目标用户、又能自然引导向转化的内容体系。

内容定位：从“产品思维”到“用户思维”的转变

核心定位模型：需求-人群-产品三维聚焦，精准穿透



操作指南：

将三个维度的关键词填入一个三维矩阵，其交汇点便是内容创意的核心来源。

例如，针对【人群：职场新人】的【需求：快速掌握技能实现转行】，推广【产品：Python 实战课】，内容方向便可聚焦于“转行经验”、“技能速成”、“薪资变化”等真实场景。

内容破局

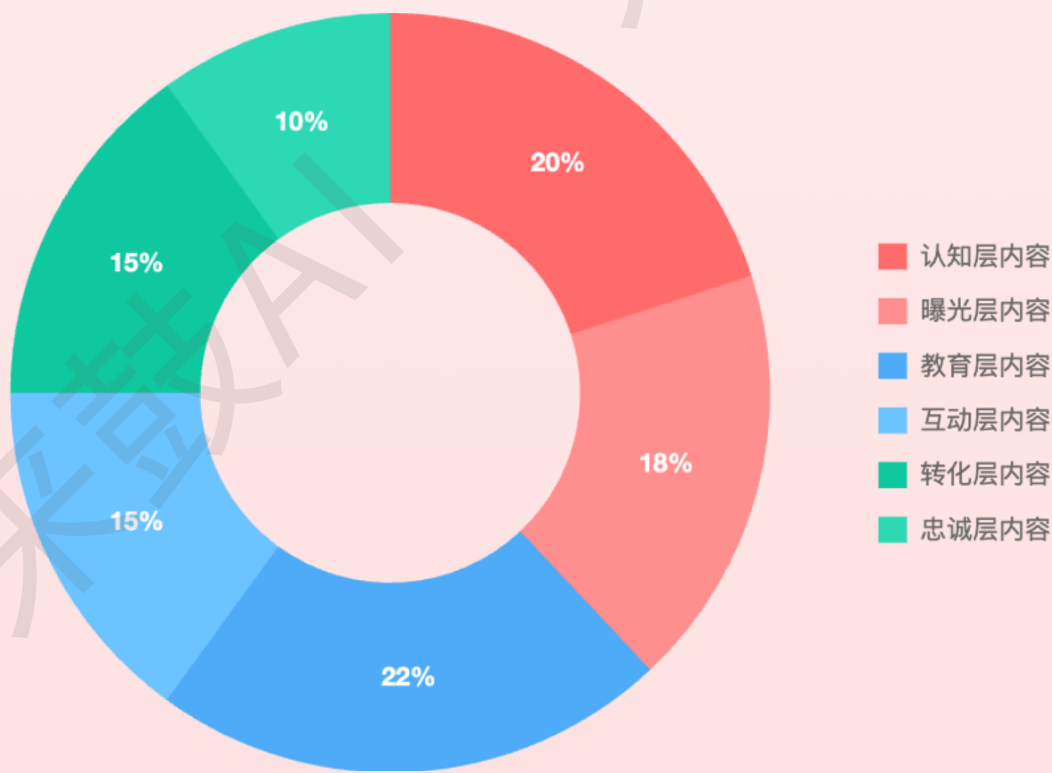
——如何构建可持续吸引目标用户的内容体系？

内容定位：从“产品思维”到“用户思维”的转变

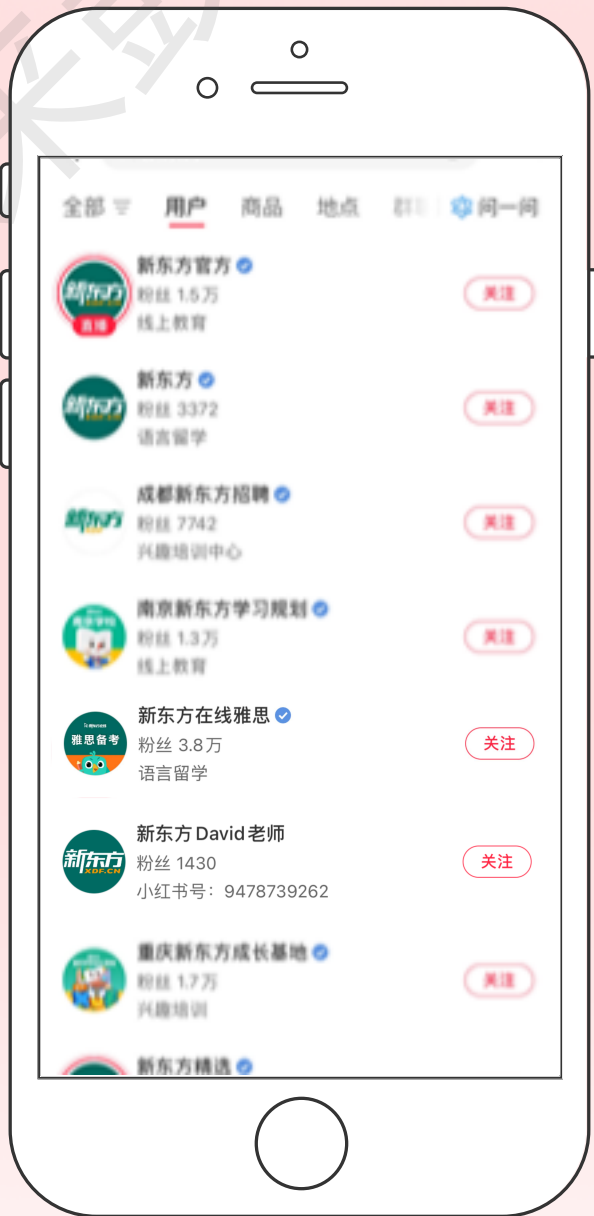
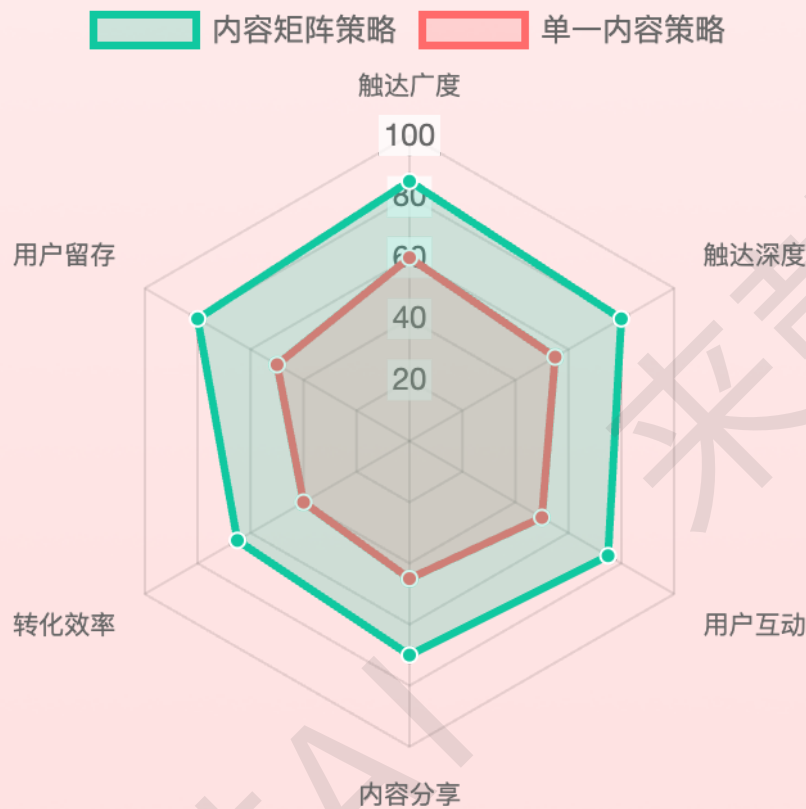
反漏斗思维：先抓住核心人群，再破圈扩大影响，构建内容矩阵

传统漏斗思维从广泛触达（顶部）到逐步筛选（底部），用户流失严重；而反漏斗思维通过精准内容矩阵，从不同维度同时触达用户，能实现多点开花，降低用户流失。

反漏斗内容矩阵构成



内容矩阵触达效果分析



品牌专业号

KOS账号矩阵
按业务线/分地区/分人设定

素材来源：小红书官方发布

内容破局

——如何构建可持续吸引目标用户的内容体系？



爆款内容创作：可复用的结构公式

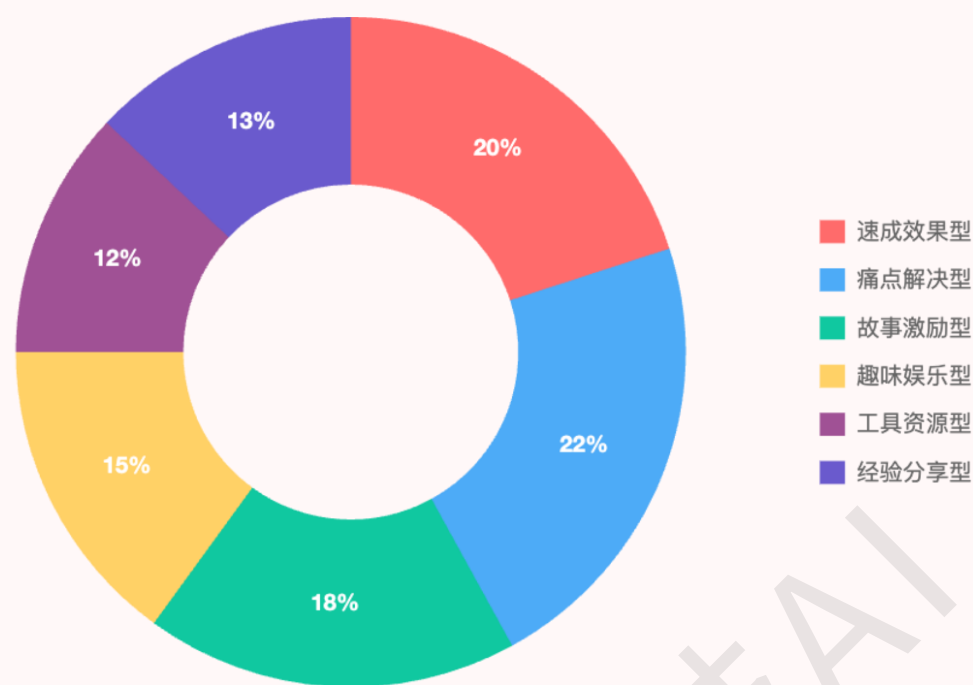
基于对教育行业不同细分赛道的爆款内容进行分析，得出的一套可复用的笔记公式

笔记公式：需求+解法=用户转化 | 背书+产品=用户痒点 | 情感共鸣+产品+转化引导=高互动

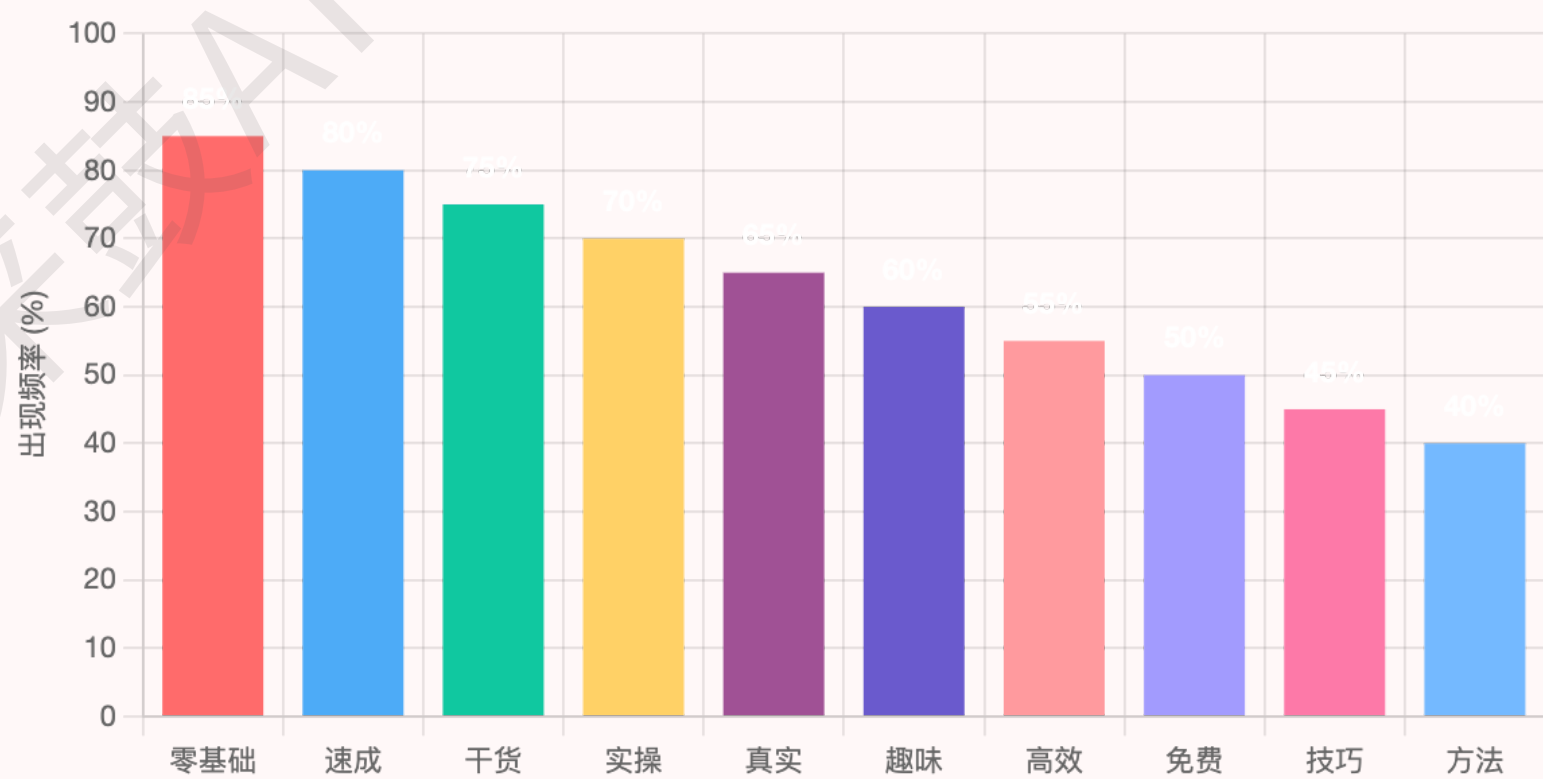


- 标题：以业务为核心，搭配风格、品牌背书、情感共鸣、分享属性、推荐属性等
- 正文：内容可围绕直击痛点、强调受众、分享干货、推荐产品、业务介绍、真诚分享、转化引导等话术展开

教育类爆款内容类型分布



各内容类型平均互动率对比



内容破局

——如何构建可持续吸引目标用户的内容体系？



内容生产与优化：实现规模化与高效迭代

在教育垂类内容竞争中，可持续的内容输出是账号活跃、稳定获取流量的基础，而数据驱动的优化是提升内容竞争力和投产比（ROI）的关键。



点击右边链接，数据洞察快人一步 >>

<https://xhslink.com/m/4VwdsHHNOss>



本章小结：

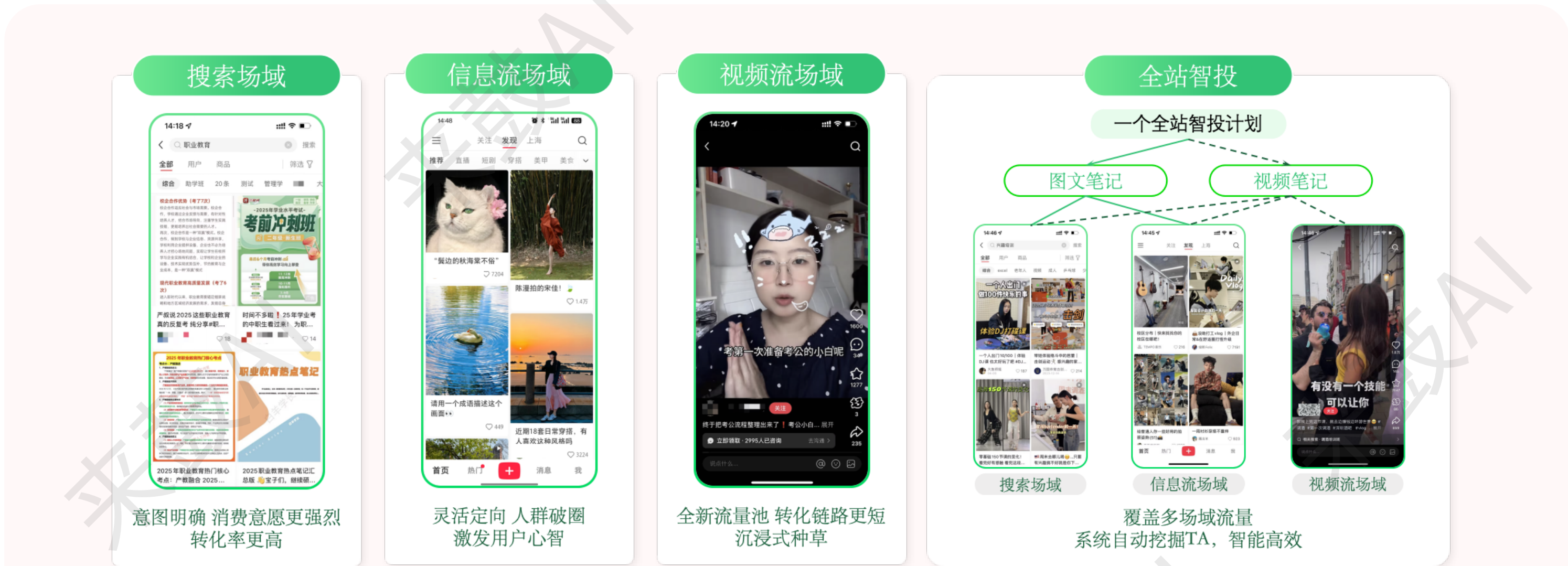
内容是与用户建立信任的第一触点。其核心在于转变思维，从用户需求出发，提供真正有价值、有共鸣的信息，并通过标准化的生产和数据化的优化，实现效果的持续增长。

PART 4 流量获取

——如何精准布局，让内容不再“酒香巷子深”？

内容决定品牌影响力的深度，流量决定用户触达的广度。在教育行业获客成本高企的当下，理解并善用小红书的流量生态，实现精准触达与高效转化，已成为品牌增长的核心能力。

4.1 小红书流量场域分析+4大常用营销链路



素材来源：小红书官方发布

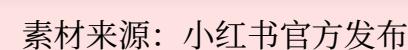
搜索场域：精准捕获与意图转化 信息流：兴趣触发与需求唤醒 视频流场域：信任建立与深度互动



*免费获取不同链路详细拆解（核心目标、适用场景、核心公式等）记得戳我们！

——如何精准布局，让内容不再“酒香巷子深”？

(品牌官方号/蓝v号)：专业形象展示、品牌活动发布



针对不同细分需求设立专门的账号，切入细分领域，进行多重人感营销



流量获取

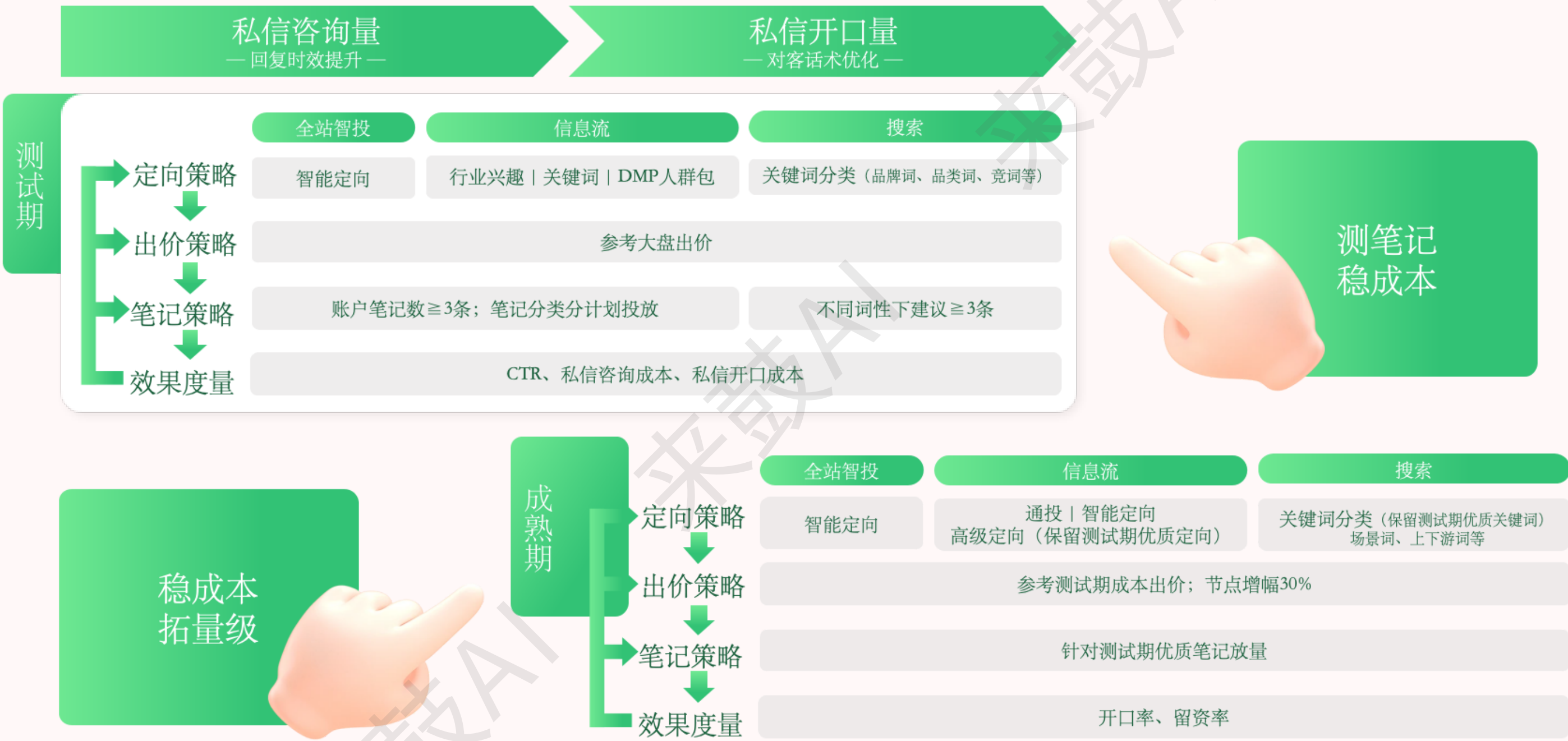
——如何精准布局，让内容不再“酒香巷子深”？

4.3 科学投放，精准触达用户

投放工具助力生意增长

商业产品	薯条	聚光Lite	聚光	乘风
适用对象	个人号/企业号	企业号（笔记加热+线索）	企业号（平台准入的全行业）	直播/带货
核心目标	提升笔记曝光与互动	笔记加热与省心获客	精准营销 客资收集	种草+转化
精准度	泛人群	中等	高	极高
操作难度	简单	极简托管	复杂	中等
计费方式	CPM（固定费用）	CPM（固定费用）	CPM/CPC	CPM/CPC

分阶段精细化加推



流量获取

——如何精准布局，让内容不再“酒香巷子深”？

4.3 科学投放，精准触达用户



流量获取

——如何精准布局，让内容不再“酒香巷子深”？

4.3 科学投放，精准触达用户

数据驱动优化

数据优化是提升ROI的关键，需要建立系统化的监测和迭代机制。

- ▶ 关键指标监控：每日跟踪点击率(CTR)、转化成本(CPA)、ROI三大核心指标。
- ▶ A/B测试体系：每次只改变一个变量（如封面或定向），积累至少50次转化后再做决策。某艺术培训账号测试发现18-24岁用户对「艺考逆袭」类内容点击率高出42%，针对性调整后单月增粉3.2万。
- ▶ 黄金6小时链路：监测广告曝光后的用户行为路径：广告曝光 → 评论区置顶试听链接 → 私信发送引导 → 用户留资或联系 → 企微社群转化。发现流失节点并及时优化。

📄 本章小结：

流量策略的成功在于系统化布局与精细化运营。理解不同流量场域的特性并采取相应策略，通过账号矩阵扩大市场覆盖，基于用户旅程进行精准投放，最终通过公私域联动构建品牌自有流量池。

需要特别关注的是，随着流量规模增长，咨询响应与线索管理效率将成为影响最终转化效果的关键因素。许多品牌在此环节因人力限制而遭受不必要的损失。

为帮助教育品牌提升流量承接效率，我们准备了定制化提升方案👉👉

立即扫码免费领取教育行业定制化效率提升方案，优化您的流量转化全链路 >>



PART 5 临门一脚

—— “如何设计高转化链路 with 私域沉淀”

内容与流量决定了用户触达的广度与精度，而转化链路的设计则直接决定了商业变现的效率。接下来，深入探讨如何基于用户心理与行为习惯，设计一套自然、流畅且高效的信任转化体系，最大化每一个流量的价值。



教育行业转化路径特点

与其他快消品不同，教育产品的转化本质上是建立信任的过程。用户购买的不仅是一门课程，更是一个关于未来的承诺。这一特性决定了其转化路径具有三个鲜明特点：



核心洞察： 小红书教育行业转化路径以“信任前置”为核心，通过内容种草建立初步信任，利用高效的私信生态加速决策，最终实现从流量运营到用户价值深耕的转变。

“理解这些特性是设计高效转化链路的前提。转化的目标不是急于求成，而是通过每一个触点，稳步提升用户的信任度，最终水到渠成。”

临门一脚

——“如何设计高转化链路”与私域沉淀”

高效转化链路设计：降低门槛，平滑引导

设计转化链路时需要重点考虑以下要素：

1.降低行动门槛

避免直接推销高价课程，而是通过提供有价值的“钩子物”激发用户的第一次互动，如“资料获取、免费测评、直播预约”。这种方式有效筛选出意向用户，并为后续跟进提供了合理理由。

2.多种留资方式

多通道留资组合策略：为用户提供多种留资方式，适应不同用户偏好，最大化线索获取效率，如“私信咨询、服务卡片、评论区引导、主页引导”。可以借助智能工具统一管理多个渠道的线索，避免遗漏与混乱。

3.标准化响应与培育体系

用户发起咨询后的第一响应时间至关重要，可配置官方合作的三方智能客服工具，实现潜在客户精准把握。

即时响应：数据显示，1分钟内响应可使转化率提升3倍以上。

标准化话术：对70%的常见问题（价格、师资、课程安排）提供标准、专业的话术库，保证信息准确性与服务一致性。

意向度分级：根据用户互动频繁程度、问题深度等维度，判断用户意向等级并采取不同响应策略



首家官方合作三方私信客服工具：来鼓AI 助力品牌商家接住流量，实现客资有效增长！了解详情请联系我们

临门一脚

——“如何设计高转化链路 with 私域沉淀”



私域沉淀与长效价值挖掘

将用户引导至私域（企业微信、社群）不是终点，而是深度服务和终身价值挖掘的起点



01

分层精细化运营

根据用户来源、意向程度、购买历史等进行分层运营

如新用户、老学员、VIP客户等



02

自动化培育流程

设计自动化培育流程，稳定高效地引导用户向下一个阶段转化

- 新用户入群后自动发送欢迎语及学习资料包
- 定期自动推送优质干货内容与成功案例，保持激活
- 关键时间节点自动触发提醒（如课程优惠截止前、考试报名前）



03

口碑裂变与反哺

通过设计激励体系，鼓励用户进行口碑分享，形成增长闭环

如老带新机制、UGC征集活动



本章小结

转化链路的优化是一个系统工程，其核心在于以用户为中心，理解其决策心理，在每个环节都为其提供顺畅、专业、低门槛的路径。通过设计科学的多渠道留资策略、建立高效的响应培育机制、并最终在私域进行长效价值挖掘，品牌可以构建一个持续运转的增长飞轮。

然而，这一切的基础是极致的执行效率，尤其是在咨询响应这个关键节点。人工操作的局限性已成为许多品牌增长的最大瓶颈。这里为您开通了 来鼓AI 限时免费体验👉👉

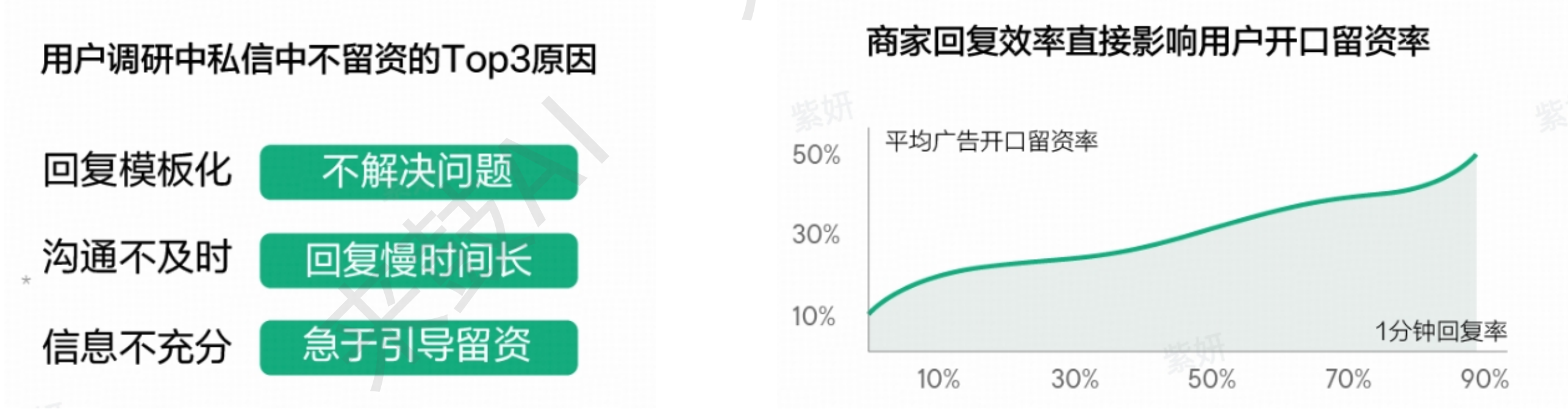
立即扫码，牢牢抓住每一份线索



PART 6 工具赋能

告别线索流失，驱动教育营销实现规模化获客

优质内容与精准流量所带来的商机，若无法被及时、专业、规模化地承接，将导致巨大的资源浪费。



咨询分的关键指标强调品牌需要更加关注“用户进线、咨询开口”承接上的做功，减少用户等待流失
用户体验好，咨询分高，平台资源支持越丰富。品牌商家只要根据咨询分的评价标准，优化咨询体验，提升自身经营短板，就有望赢得更显著的客资转化和平台扶持



来鼓AI是首家官方授权，更懂小红书的营销工具服务商
已累计10年智能客服解决方案经验，服务小红书品牌客户超4000家，能高效承接客户私信与评论，结合AI数字员工24小时服务，精准挖掘意向线索并自动化留资，后端无缝承接转化，显著提升企业在小红书的营销ROI与运营效率。

立即扫码，牢牢抓住每一份线索



6.1 规模化增长的运营瓶颈

- 1. 高重复度：课程内容、价格、师资、效果等基础问题占比超过70%。
- 2. 强时效性：用户兴趣峰值稍纵即逝。数据显示，85%的潜在用户希望能在发起咨询的5分钟内得到回复，否则流失率陡增。
- 3. 时段分散：职场人士、宝妈等核心人群的咨询高峰往往集中在午间和夜间，甚至节假日，与传统客服工作时间严重错配。



教育行业运营效率的三大核心挑战：

1. 响应效率

- > 跨时段咨询与工作时间错配：教育咨询高峰集中在晚间和周末，与常规工作时间错位
- > 脉冲式流量压力：优质内容带来的流量高峰往往集中爆发，人工客服难以承接
- > 重复咨询占比高：70%以上的咨询涉及课程内容、价格、师资等基础问题，消耗大量专业人力

2. 服务质量

- > 响应不及时：客户线索易流失
- > 多账号管理复杂：难以保持服务标准统一

3. 数据管理

- > 用户行为数据分散：咨询数据、互动数据、转化数据分散在不同平台和系统中
- > 缺乏有效分析工具：难以从海量数据中提取有价值的洞察来指导运营优化
- > 决策缺乏数据支持：运营决策往往基于个人经验而非客观数据

“即使你的内容再好，流量再精准，如果用户咨询时没人回应，一切归零。”

工具赋能

告别线索流失，驱动教育营销实现客资增长

6.2 智能客服工具全链路解决方案

来鼓AI--教育品牌商家的智能增长伙伴

“小红书官方授权IM服务商来鼓AI，通过AI员工+自动化营销能力，帮助多教育机构解决多账号管理难、夜间线索流失、追粉效率低等问题（实证案例见新东方/领格教育）。”

多平台多账号聚合管理



对话

- 自动发送招呼语
- 关键词自动回复
- 关键词自动打标签
- 自动追粉
- 定时消息群发
- 自动标记是否开口/留资
- 自动抓取填充线索信息
- “人感”交互体验
- 沉默多次唤醒
- 多端便捷跟进用户线索

评论

- 全渠道评论抓取归集
- 评论关键词触发自动私信
- 评论批量回复
- 评论快捷回复
- 自动标记用户状态
- 多端便捷跟进

用户

- 自定义留资标准
- 自动推送线索到三方群
- 侧边栏提供用户历史记录画像

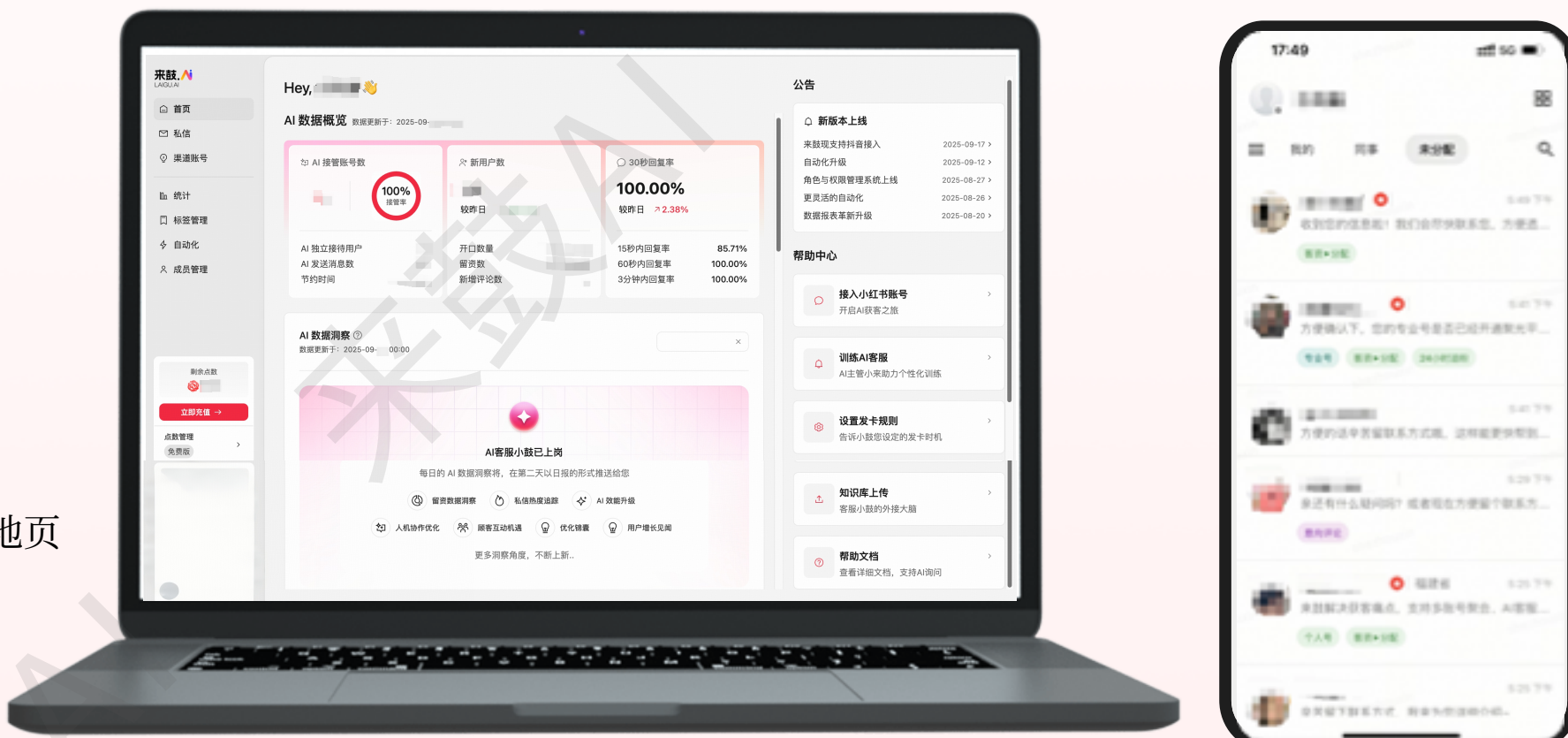
想了解更多来鼓AI相关资讯扫这里 >>



多端选择灵活办公

支持移动端/网页/电脑端

- >随时随地接入，提升响应速度
- >移动端操作优化，提升客服体验
- >兼容多种消息类型，文字/图片/笔记/服务卡/落地页
- >消息超时预警，系统自动通知超时提醒



数据报表实时查看 反哺内容与投放策略优化



自动营销追粉 潜客多次挖掘

- >评论触发关键词主动给用户发私信
- >用户未开口，24小时后再追踪
- >用户开口未留资，可设置定时追踪
- >主动多次私信唤醒沉默用户



工具赋能

告别线索流失，驱动教育营销实现客资增长

6.3 效果验证：来自头部教育机构的增长实证

🚩 新东方在线 & 来鼓AI

智能化客资转化体系，
实现留资增长328%与ROI提升4.6倍



教培品牌新东方在线国际，在客资营销时面临"成本高、放量难、客资有效率低"的问题。希望能系统性解决客资转化问题，实现从流量到销量的高效转化。



💬

具体挑战：多账号分散运营，咨询需要大量人力维护，且漏回复严重，潜在客户流失率高；竞品密集，需通过快速建立专业信任抢占用户心智；内容生产和投放脱节，无法精准评估不同笔记带来的咨询和转化，难以持续放大优质内容效能。

 来鼓

来鼓AI解决方案

多账号矩阵聚合管理	智能响应与个性化触达	自动化追粉与二次激活	数据优化内容与投放
> 一个工作台承接所有来源私信 > AI员工24小时自动接待 > AI自动学习笔记和知识库话术 > 夜间对话次日自动分配客服	> 自动匹配关键词话术引导留资 > 实时分析用户意图并智能打标签 > 分层响应，基础咨询AI自动回复，高意向客户由人工跟进	> 评论关键词触发私信互动 > 对未开口用户二次引导 > 对开口未留资客户多次追踪，保持长期连接，最大化挖掘流量价值	> 数据看板实时拉取笔记数据，定位高价值内容 > 搭建ROI看板监测笔记/账号响应、开口率、留资率等，优化成本

新东方在线通过来鼓AI系统实现了精细化流量分配（内容/时间/用户意图三维度）、话术的精准与人性化设计（降低用户决策心理门槛）、数据驱动的持续优化（从内容创作到投放策略的闭环）。

达成效果

私信留资数

↑ 328%

自动化触达与精准响应大幅促进线索转化

开口留资率达

75%

高效的话术匹配与即时回复有效提升用户参与意愿

整体ROI提升

4.6倍

实现内容-投放-私信留资闭环优化，资源利用效率显著提升

留资率达

37%

成交率突破30.3%，打通从咨询到成交的全链路转化

LingoAce & 来鼓AI

多渠道私信智能化管理，实现留资率提升56%与近100%即时响应

LingoAce在小红书、抖音平台搭建了包含2个KOS账号与19个官方账号的矩阵体系，多账号与咨询给管理带来了新挑战。希望聚合小红书和抖音私信，提升回复效率，助力留资和转化提升。





具体挑战：私信咨询大幅提升，人工难以24小时响应；不同平台与账号用户咨询内容多样，缺乏统一用户洞察与话术支持，响应质量不稳定；难以快速筛选高意向客户，转化效率低；策略优化缺乏数据支持，无法系统统计投产比。



来鼓AI解决方案

7*24小时自动化响应

- > 跨平台（小红书、抖音）接入账号，来鼓工作台统一管理
- > AI员工多线程并发处理咨询，无遗漏、零延迟

智能识别意图并打标

- > AI智能识别用户意图，自动分类并分配至相应话术流程，个性化接待
- > 根据用户对话关键词智能打客户标签，实现分层运营

自动化留资与精准触达

- > 智能识别高意向节点，自动发留资卡/名片卡等，高效获线
- > 多种留资组件无缝嵌入，降低用户操作门槛，提升转化路径效率

数据看板与ROI分析

- > 提供多账号、多笔记投入产出比分析，精准评估内容营销效果
- > 实时监控线索获取的各项核心指标，为运营决策提供数据支持

领格教育的案例表明，成功的私信运营智能化不仅仅是上一套工具，更是一套系统的策略：通过统一工作台解决效率问题，通过意图识别与标签体系解决精准度问题，通过自动化流程与数据驱动解决规模化增长和优化问题。



达成效果

留资率

↑ 56%

留资用户数占进线用户数的比例大幅提升

1分钟回复率达

99.5%

基本实现全部用户进线即时响应，显著提升用户体验

平均响应时间降至

4秒

远超行业平均水平，避免用户因等待而流失

人效比

↑ 60%

减少人工重复劳动，提升转化效率与质量

6.4 行动指南：为你的品牌引入AI工具降本增效

- 对于计划引入AI营销工具的教育品牌，我们建议分三步走：
- 1. 流程梳理：梳理当前从小红书咨询到转化的全路径，识别流失节点与高频问题。
 - 2. 工具选型：选择如来鼓AI这样与小红书生态深度集成、具备教育行业Know-how、并提供可靠技术支持的平台。
 - 3. 人机协同设计：规划AI与人工客服的协作流程（如AI负责首轮应答与筛选，人工负责深度咨询与逼单），并进行人员培训。

📄 本章小结

智能化运营体系是教育机构实现规模化增长的必然选择。它不仅解决了一线运营的效率问题，更重要的是构建了数据驱动的决策体系，为品牌持续优化和增长提供了坚实基础。

🚩 下一步行动：

立即扫描下方二维码，获取来鼓AI免费试用与《教育行业小红书AI客服高效应答话术模板》，开启您的智能化升级之旅👉👉



来鼓AI公众号



来鼓AI小红书



来鼓AI专业顾问

研究方法



研究方法

本报告通过小红书公开资料研究与市场调研，同时基于上百个教育品牌在小红书的实际运营情况与数据报告整理得来。在实际执行时，请结合自身情况调整优化！报告中所涉品牌案例为来鼓AI合作品牌，在此特别感谢新东方在线教育与领格教育品牌方的所有支持！

立即行动，开启您的24小时自动化获客之旅

附赠资料清单：

- ✓ 《教育行业小红书高转化话术模板库》
- ✓ 《小红书教育行业热门关键词库》（分赛道精心整理）
- ✓ 《来鼓AI 7天免费试用权》（亲身体验效率提升）

立即扫码，资深顾问为您定制专属增长方案 >>





来鼓.
LAIGU.AI

首家小红书官方授权IM工具服务商

更多线索 更多转化

成都呼声科技有限责任公司

地址:成都高新区吉泰路20号2栋3层

客服电话: 4008009828/13699446630

网址: <https://laigu.com/>

合作咨询

