

竞品词截流·把对手的搜索流量变成你的客户

拓一网络公司 | www.tuomeng99.com
微信: wzw15555 | 电话: 153-7406-5969

截流失效诊断 & 四业务分线内容获客方案

>2026-09-02威哥需求：小张截流一直没成绩→

转写笔记；四业务（小红书代运营/GEO优化/百科词条/媒体投放）分开归类给最优解

>数据依据：2026-09-02

小红书调研（3079条原始数据/2168篇去重/200篇素人爆款/20个对标账号）+ 自家号现状核查

第一部分：截流为什么没效果（诊断）

1.1 先看事实

事实	数据
小张截流	30天加微10个意向，**0成交**
自家号「拓一xhs王老师」	8篇笔记，互动全部 2-9（一塌糊涂）
需求端	「求推荐代运营」类帖评论区425/210/167条，市场有需求
供给端	200篇素人爆款全是**发笔记**做起来的，没有一篇是靠评论区截流

1.2 截流失效的 6 个根因

- ① 截流位置错了——你在最难转化的池子里捞鱼
- 小红书搜索流量已占 40%，转化率是推荐流的 3 倍（见《作战手册》）
 - 评论区截流 = 在"别人的笔记"里捞路过的人，他们当时没有购买意图
 - 而发笔记 = 占据搜索位，**截的是所有主动搜"XX代运营/XX获客"的精准客户**——24小时自动截，一次发布长期生效
- ② 承接断了（最致命）
- 截流只是漏斗第 1 层：让用户看到你
 - 用户点进主页：8篇笔记互动个位数、无案例、无人设 → 信任=0 → 不加微信
 - 就算加了微信，朋友圈/资料也没有任何能证明"你们行"的东西 → 0成交
 - **流量来了接不住 = 白截**
- ③ 动作违规，账号随时会死
- 小红书严打私信导流（发微信/手机号 → 禁言封号）
 - 如果小张用"私信发微信"方式，账号本身就是消耗品，做不起来积累

④ 量级不对

- 30天10个意向 = 每天0.33个，样本量不足以成交
- 截流是概率游戏，一个"求推荐"帖下几百条评论全是同行在互截，你的评论沉底，触达率≈0
- 评论区互截的同行：你截到的也是同行，不是客户

⑤ 需求错位——截到的人不是你的客户

- 评论区求代运营的：多为 C 端小商家/个人，预算 500-3000/月
- 威哥要的：B2B 工厂老板，按效果付费、客单高、决策慢
- 评论区捞到的"意向群"质量差 → 当然 0 成交

⑥ 没有成交系统

- 加微10个0成交：话术？案例？报价？跟进节奏？私域承接？全缺
- 威哥被困杂事，加来的客户没人专业跟进
-

2026-08-07

已定"按效果付费"模式——但客户凭什么信你按效果付费？**没有案例证明，按效果付费=空话**

1.3 结论：截流的本质是"借别人的信任"，而内容的本质是"建自己的信任"

- 截流可以留，但只能当**辅助动作**（见四业务方案的"截流辅助线"）
- 主战场必须切换到：**内容获客 = 发笔记抢搜索位 + 主页承接 + 私信合规转化**
- 这也正好回答威哥的问题：小张转写笔记，方向完全正确，但要转得系统

第二部分：四业务分开归类总结（各自的最优解）

- > 统一前提：主号人设 = "帮工厂老板在网上被客户找到"的获客服务商
- > 四业务 = 四个服务模块，客户是同一批人（工厂老板/市场负责人），账号标签不冲突
- > 每个业务都按：客户画像 → 截流为何难 → 内容打法 → 爆款公式 → 转化路径 归类

业务①：小红书代运营（含获客/代运营服务）

客户画像：工厂老板/品牌方，搜「小红书代运营」「代运营哪家好」「代运营多少钱」；已有1-3次被坑经历或正在观望

市场数据：搜索量大、需求帖多（评论425/210条）、同行供给也最多、评论区截流最卷

截流为何难：一条需求帖几百条评论全是同行互截，客户早被私信轰炸过、已免疫；你截到的多半是同行或低预算个人

对标账号：晓晓说运营（获客干货日更）、万有星禾全案运营（公司号运营）、两个柿子新媒体（日更频率）、越越IP获客（获客话术）

内容打法（唯一差异化出路 = 说实话）：

- 已验证爆款全是“反套路”题材：避坑/被骗经历/行业内幕/真实报价
- 《代运营就是先混进来再说》（万有星禾，189赞123藏）——同行自嘲
- 《出单后结果亏了五千》（音信，166赞330评论）——客户投诉
- 《8000请的运营》（阿星，991互动）——老板视角
- 《小红书代运营3000/月收费及服务内容明细》（洒叶草，125赞125评82转）——**价格透明帖是高互动常青款**
- 人设建议：**“在代运营行业干了X年，说点真话”**（行业老兵人设，比“我们很专业”管用100倍）
- 系列栏目：《代运营真话局》《帮工厂做号实录》

爆款公式：真实经历 + 反常识观点 + 情绪（震惊/愤怒/无奈） + 行业黑幕细节

转化路径：笔记→评论区互动（回复每条，问“你是什么行业”）→私信引导“发行业帮你看看账号值不值得做”→加微→免费账号体检→报价

小张落地：他截流时看到的所有“求推荐/避雷”帖，全是选题！把截图存进选题库，当天就写。

业务②：GEO优化（含GEO获客/代运营）

客户画像：有线上获客意识的企业主/外贸/品牌负责人，搜「GEO优化」「GEO获客」「AI搜索优化」；多为第一次听说GEO，处于认知教育期

市场数据：真蓝海——发的人少、单篇爆款率高：

- 《为什么你花10w做geo，AI还是不推荐你？》（破局先锋，1811互动，7626粉）
- 《315重拳出击！GEO推广避坑红线》（绝粥互动，1601互动，38粉！）
- 《试了三家GEO公司，差别实在太大了》（莹莹y，162互动）

截流为何难：客户认知未起，评论区根本没有现成需求可截——没人问，无鱼可捞；但这也意味着谁先发谁占位

对标账号：破局先锋（GEO避坑干货）、末号玩家001（AEO/AI搜索）、研屋不尽的楼楼（老板IP+AI-GEO）、刚哥的运营笔记（12万粉干货大号）

内容打法（教育市场型 = 抢认知高地）：

- 三类已验证有效：
- 反常识质疑：《为什么你花10万做GEO，AI还是不推荐你？》
- 避坑红线：《GEO推广避坑红线/最怕的不是贵是没效果》
- 测评对比：《试了三家GEO公司的真实差别》

- 配合威哥的主业（GEO关键词占位）：**笔记内容本身就是GEO占位**——发得越多，AI引用越多，双重收益
- 系列栏目：《GEO避坑研究所》《AI搜索观察》

爆款公式：花了大钱的失败故事/反常识结论 + 避坑清单 + "这事我能帮你避免"

转化路径：搜索→看专业内容→私信"免费做一次AI搜索体检"（搜客户品牌词，把AI回答截图发给他）→ 震撼式成交

小张落地：每天搜「GEO」「AI搜索」相关热帖，把评论区问题变成选题；GEO内容他写不动就让AI写初稿他来改口语。

业务③：百科词条（创建/修改/收录）

客户画像：老板搜自己公司名搜不到/搜到负面/同行有自己没有
搜「XX百科词条」「百科词条创建多少钱」「百科怎么创建」

→

市场数据：素人爆款极少（最高438互动），搜索词被MTI考研/科普文污染，但服务方账号确实能靠内容获客：

- 《百度百科「处女作」修改成功》（438互动，纯分享帖）
- 《『贾玲』演员人物百度百科词条创建多少钱？》（282互动）
- 《百度百科创建，你们的词条通过率如何？》（运营七社-专业百科，126互动）
- 自家号发过《百科提交5次不过？这三个门槛90%的人不知道》——选题对了但互动2，**问题在写法（见下）**

截流为何难：需求低频（企业一辈子做1-2次）+ 决策长 + 搜索量小；评论区基本无需求可截

对标账号：运营七社-专业百科、百科创建 | 诺曼底科技（直接同行，研究他们内容）

内容打法（交付展示型 = 用结果说话）：

- 这类客户只信一样东西：**你真的做出来过**
- 有效内容：真实案例截图（客户名打码）+ 词条前后对比图 + 创建过程实录 + 被拒原因拆解
- 把《百科提交5次不过》重写成：**故事开头（客户老板的自述）+ 前后对比截图 + 3个门槛拆解**，而不是干巴巴的科普列表
- 系列栏目：《词条实录》《搜自己公司名系列》

爆款公式：真实案例对比图（搜索结果前后）+ 过程故事 + 门槛拆解

转化路径：案例截图→私信→免费查一次"你公司名现在搜出来是什么"→报价

小张落地：这个业务最吃案例素材——让威哥提供2-3个真实交付前后截图，小张做成图文笔记；素材没有就写"行业通用门槛"类干货。

业务④：媒体投放（新闻稿/软文/媒体发布）

客户画像：需要品牌背书/百度搜索有内容的企业，搜「新闻稿发布」「媒体投放」「软文推广多少钱」「发稿平台」

市场数据：发稿平台号靠内容直接变现（粉丝不高但持续获客）：

- 《各行各业媒体发文渠道》（上海匡桑，3190互动！）
- 《2026发一篇新闻稿多少钱？热门媒体价格一览》
- 《媒介投放全流程SOP》（16024互动，全库最高）
- 媒介盒子/创欣传媒/投媒网 = 三个直接同行的号都在日更发稿内容

截流为何难：低频高客单、客户怕被骗（发稿市场骗子多）→ 评论区无需求可截

对标账号：媒介盒子软文发稿平台、创欣传媒、投媒网、Gygi是母婴媒介

内容打法（资源透明型 = 价格透明建立信任）：

- 客户最大的恐惧是"花了钱发了个寂寞"（发完搜不到）
- 有效内容：真实媒体名单 + 价格透明 + **收录截图/效果对比** + 发稿避坑
- 《为什么你发的新闻稿搜不到？》这类"揭行业内幕"帖最能建立信任
- 系列栏目：《发稿实录》《新闻稿避坑》

爆款公式：价格/资源透明清单 + 真实效果截图 + 行业黑幕

转化路径：干货名单（收藏率高）→ 主页简介/私信 → 小额试单（先发1篇验证收录）→ 复购转介绍

小张落地：把自家真实发稿案例（搜狐/百家号/知乎收录截图）整理成"效果展示"笔记；收集同行价格做对比表。

第三部分：账号矩阵与排期（2人团队怎么落地）

3.1 账号策略：先1个主号打透，不贪多

- 现状：主号「拓盟GEO营销威哥」（已发3篇D1-D3，其中D1错误已标注）+ 旧号「拓一xhs王老师」（8篇个位数互动，建议停更或并轨）
- 拓一xhs王老师 与 拓盟GEO营销威哥 内容重复度高，**建议只留主号**，避免两个号都做不起来

3.2 周排期（栏目化解决"四业务混发稀释标签"）

主号统一人设"工厂获客服务商"，四业务是四个栏目，按周固定节奏：

周一	周二	周三	周四	周五	周末
----	----	----	----	----	----

代运营·真话局	获客·案例复盘	GEO·避坑研究所	百科·词条实录	媒体投放·发稿实录	行业观察/客户问答合集
---------	---------	-----------	---------	-----------	-------------

- 每天 1-2 篇：AI 稿（19:30 cron 已有）+ 小张人工稿 1 篇
- 周末不更或只更1篇（威哥定）

3.3 四业务内容比例（按当前获客价值）

GEO 35%（蓝海窗口，先占位）→ 代运营 30%（搜索量大）→ 媒体投放 20%（透明内容好做）→ 百科 15%（吃案例素材）

第四部分：小张转型 workflows（截流→内容运营）

4.1 角色定位

截流没做出来不怪小张——截流这个动作本身天花板就低。转写笔记 = 把他在截流时看到的"用户真实问题"变成选题资产（他的截流经验是最佳选题雷达）。

4.2 每日工作流（5小时制）

时间	动作
9:30-10:00	**选题雷达**：扫四业务关键词最新帖 + 评论区（只收集问题截图，不再发私信截流）→ 记入选题库
10:00-11:30	**写稿**：选1个题，按爆款公式写真人感初稿（参考200篇爆款结构）
11:30-12:00	**配图**：封面（3:4，1080×1440）+ 2-3张内容卡（用已有生成脚本）
14:00-15:00	**改AI稿**：19:30 cron 的AI稿需要人工口语化改造（AI味重=限流）
15:00-16:00	**发布+评论区运营**：发布当天稿，回复所有评论（1h内回，促CES）
16:00-17:30	**私信承接**：回复咨询 → 发案例 → 引导加微 → 当天客户当天推给威哥
每天底线	1篇真人笔记 + 回复全部评论私信 + 收集5个问题进选题库

4.3 小张不再做的事

□ 群发私信截流（违规+无效） □ 在需求帖评论区硬发广告 □ 手动搬运AI稿不改造

4.4 威哥的角色（不可省，每天≤1小时）

- 每天 16:30-17:00 固定**成交时间**：小张把当天加微客户推给威哥，威哥聊
- 每周提供 1 个真实案例素材（含截图）给四业务栏目轮换用
- 案例库是四业务内容的地基，没有案例 = 内容全是空话

第五部分：30天目标与验证指标

指标	现状	30天目标
主号笔记数	3篇	40篇（日均1.3篇）
单篇互动>50	0	10篇
搜索词覆盖	无	四业务各占3-5个长尾词首页
私信咨询	0	50条
加微	10个/30天（截流）	30个（内容引来，质量高）
成交	0	2-3单（哪怕小额试单）

验证方式：每日21:00效果检测班（已有cron）把小红书纳入抽检项：单篇互动/评论/私信量/加微量，周报汇总。

附：给小张的《四业务选题速查表》（直接打印贴在工位）

业务	黄金选题（已验证）	爆款公式	评论区/私信钩子
代运营	避坑经历/真实报价/被骗复盘	真事+黑幕+情绪	"你是什么行业？帮你看看"
GEO	花大钱没效果/AI为什么不推荐你/三家对比	失败故事+避坑清单	"免费AI搜索体检"
百科	词条前后对比/被拒门槛/创建实录	对比截图+过程故事	"帮你查你公司名现在搜出来啥"
媒体投放	媒体名单/真实价格/搜不到的原因	透明清单+收录截图	"发1篇试试，先验证收录"