1. 小红书在最初创立之时运用了什么样的目标市场营销战略，进行市场定位和用户定位的? 两次转型又是如何体现以用户需求为中心的?
2. 小红书是如何通过加强平台运营与管理进行口碎营销逐步树立起企业口碑的?
3. 小红书是如何进行新媒体营销实现宣传推广、提高品牌知名度和影响力的?

善于用网络热点和明星等元素来吸引用户，利用大众关注度与相关产品结合起来

部分标题党

依托微信平台进行宣传+微博

打造品牌个性，好看的盒子（有特点用户晒出来又为小红书做了宣传）

快递盒上做文章，带来惊喜和关注

4.分析小红书在其发展过程中，是如何通过顾客体验管理和体验营销与顾客之间建立牢固的情感联系以达到巩固客户的目的的?

1、初期采用PGC方式，后来发展成PGC+UGC的模式，提高用户的体验度和参与感。

2、

5.请结合小红书的整个发展过程，说明其是如何进行品牌营销的? 小红书的发展模式和营销之道可以给其他企业提供怎样的经验与启示?