

在小红书上旅游行业广告上怎么投放引流的

产品名称	在小红书上旅游行业广告上怎么投放引流的
公司名称	广州壹条珑信息科技有限公司
价格	10000.00/单
规格参数	
公司地址	广州市天河区汇彩路38号之二401房A385号（仅限办公）（注册地址）
联系电话	17722869918 17722869918

产品详情

专注小红书效果广告专业代运营投放服务，在小红书上旅游行业广告上怎么投放引流的大多数企业对小红书营销的认知，仍旧停留在KOL、KOC合作，佩恩在分享中提出了这一问题，并对小红书商业价值给出了新的定义：“小红书还是一个种草平台，但她的价值远不止于是一个种草平台。如今，小红书已经具备了完备的品牌营销体系，能够为广告主提供从内容推广、加速消费决策，到完成消费行为、进行好物分享的整套链路，帮助广告主与用户形成良性互动，促进用户消费决策。”在小红书中，品牌可以通过“4个1”最大化品牌营销效果，分别是1张入场券-企业号、1个放大器-品牌合作平台、1个加速器-广告投放、1台拔草机-直播带货。其中，在广告方面，小红书三大效果营销资源：薯条、信息流广告、搜索广告。薯条是小红书笔记的推广工具，品牌在营销过程中，可以借助薯条面向精准的潜在客群进行曝光，同时测试用户对内容的喜好度，不断优化广告内容方向，找到最受用户欢迎的内容。其后，通过信息流广告，大范围曝光优质笔记和广告，通过原生的形式触达潜在消费者，影响用户心智。针对已经对商品产生兴趣的用户，搜索广告能够有效收拢精准用户流量，引导有潜在消费意向的用户，进一步对商品进行了解，直至做出消费决策。过去十年，随着电商与精准广告行业的兴起，ROI成为广告主最为看重的考核标准之一，但如果品牌过度关注ROI而忽视品牌营销的作用，对长久的品牌发展而言并无助益。然而，小红书所传达的基于用户消费决策路径，以内容化营销持续影响用户心智的营销理念，恰好在实现广告投放短期收益的同时，能够帮助广告主实现长线的品牌影响力塑造，值得广大企业关注。小红书营销分为三大阶段，分别是冲刺期、拔草期与返场期，针对每一阶段，企业需要找准营销重心，合理分配预算。冲刺期是营销的重要阶段，营销预算占整体预算的50%。企业需要通过内容矩阵+投放笔记，带动全网种草、收藏、加购，以薯条+效果广告资源投放为主；且企业可以借助搜索关键词与信息流广告投放，通过商卡促进用户购买，冲刺第一个销量峰值。进入拔草期之后，前期企业可以通过信息流和搜索广告投放增加品牌内容的曝光与点击，其后针对单个计划增加预算放开定向，配合增加搜索商卡促进用户拔草。返场期，仍旧有部分用户存在消费需求，在此阶段企业需要保留10%的预算用于搜索广告投放，保持与拔草期相同的搜索广告日预算，针对品类词、品牌词、竞品词重新分配计划预算。