

# 小红书笔记种草+小红书信息流投放代运营

产品名称	小红书笔记种草+小红书信息流投放代运营
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

想在小红书上进行推广，一般来讲有以下几种方法：笔记种草推荐，关键词排名以及下拉关键词，信息流广告投放，搜索广告投放。先来说说笔记种草是怎么操作的。如果你是普通的店家，没有太多预算的话，可以试试素人笔记推广的方法，这种方法是通过没有粉丝基础的用户账号进行笔记推广宣传，虽然不一定能吸引到太多人，但好处也是不可忽略的，首先是一个素人账号数量多，利用大量的素人笔记将品牌扩散出去，增加品牌的曝光，霸屏关键词！而且很容易让其他用户产生信任感，不会感觉到像是品牌推广的生硬。

### 信息流广告产品介绍

### 社区发现页场景

### 广告触发方式:

用户在发现页探索新的消费信息和生活灵感

### 广告创意样式:

社区发现页场景:图文or视频笔记

### 广告展现位置:

社区发现页场景:从6起顺位+10依次递增

备注:排期(合约)广告的优先级高于竞价广告，故目前竞价广告大多数情况下从26位起展现。

社区搜索场景

商城搜索场景

广告触发方式: 用户在搜索框输入感兴趣的搜索词, 通过关键词匹配展现相关的广告内容

广告创意样式:

社区搜索场景: 图文or视频笔记 / 自定义图片/商品卡片 商城搜索场景: 商品卡片

社区搜索场景: 从3起顺位+10依次递增 商城搜索场景: 从1起顺位+5依次递增

搜索广告产品介绍

竞价机制介绍 竞价广告排序是由『预估点击率』和『出价』共同决定的

(预估点击率 出价)越高, 您的广告排名就越靠前。

预估点击率(PCTR): 由产品根据创意素材质量测算 出价: 广告主为某个关键词所设定的竞价价格, 象征着广告主愿意为一次点击所支付的最高费用。(请注意, 您的出价并不等同于广告的实际扣费)

\* 温馨提示: 提升广告排名的3种方式

1. 提高出价 2. 提升创意素材质量, 以此提高素材点击率 3. 增加创意素材数量, 增加曝光的概率

广告计费方式介绍 目前小红书竞价广告按照『点击』进行收费

\* 温馨提示: 提升自己素材的点击率, 是降低点击成本的有效方式之一

竞价机制及广告计费方式举例

广告主出价

A商家: 出价0.4元, pCTR 2.5% B商家: 出价0.5元, pCTR 1% C商家: 出价0.4元, pCTR 4%

竞价队列 扣费

A商家: 出价 pCTR 1000 = 10 B商家: 出价 pCTR 1000 = 5 C商家: 出价 pCTR 1000 = 16

C 商家胜出, 排名第1

C 商家实际扣费为: (A商家出价 \* A商家点击率) / C商家 素材点击率 + 0.01元 即  $(0.4 * 2.5\%) / 4\% + 0.01 = 0.26$ 元

竞价广告归因介绍 什么是归因?

广告主进行广告投放的渠道和创意是多样的，归因的目的是衡量不同广告样式对于转化促成的影响力。

什么是归因时间窗口?

归因时间窗口是一个时间周期，在这个时间周期内发生的广告触达才算为有效。小红书的归因时间窗口为7天，比如用户A看过客户B的广告，8天后用户A购买了客户B的商品，那么这次广告触达在归因模型中就是无效的。

小红书的归因模型:最终点击归因

小红书采用的以点击作为触点，采用最终点击归因方式，即把转化功劳完全归因为最后一次广告的点击行为，即我们通常说的Last Click归因。

小红书ROI定义口径:

$ROI = 7日广告带来的GMV / 广告花费$ 。其中如果推广的商品在预售，广告用户支付预售定金时，广告GMV会自动将尾款记录进去。同时，ROI采用的是全店口径，即用户点击广告后购买了店铺的其他商品，也会计入该条广告的ROI。

账户投放流程一览

## 1、选择合适的推广目的

笔记种草—推广品牌种草笔记，提升品牌影响力

投放标的:笔记 商品销量—帮助推广电商产品，提升销量 投放标的:商品笔记(必须绑定商桥)、商品卡片、

场次

销售线索—帮助收集销售线索，获取潜在客户

偏向非电商类客户

## 2、创建投放计划

1.推广计划(日预算设定)

2.推广单元(选择投放范围)

2.1信息流广告

2.1搜索广告

笔记种草目标 – 笔记 笔记种草目标 – 笔记 商品销量目标 – 商品笔记、场次 商品销量目标 –

商品笔记、场次、商品

2.2 用户定向策略

2.2 搜索词及出价

3. 创意及落地页

3、账户运营与优化 :搜索广告运营基础 – 建议使用商品推荐词功能

商品推荐词是基于该投放商品引流关键词的历史表现，综合考虑关键词的流量规模和转化能力，快速帮助广告主推荐出高流量&高转化的关键词。强烈建议商家使用该功能以便达成更好的ROI转化!

\*注意要点: 1)必须按照使用“商品销量”的营销目标，如果发现你的营销目标为“-”，请立即添加目标，以便享受改功能来带的优化好处。 2)如果该商品是新品，历史销量积累数据不足，则会根据该品类推进推荐。

3、账户运营与优化 :搜索广告运营基础 – 匹配模式与智能工具

匹配模式建议短语匹配，保证了词的精准度同时，也能够获得足够的流量

智能工具: 1)智能出价可以在高转化流量上适当提升出价，低转化流量上降低出价，建议打开 2)智能拓词可以帮助用户自动拓展更多流量，在初期未获得稳定ROI时可以关闭，后续根据需求调整

创建新创意，添加更多类似单品

3、账户运营与优化 :信息流广告运营基础 – 人群兴趣定向

面向电商广告主全新打造

系统推荐定向

系统实现精准推荐 助力高效定位全站目标人群

构建丰富类目体系 自定义选择实现多样推广目标

自定义类目定向

自动化+自定义组合拳，帮助广告主精准定位目标用户，能够更有效的提升推广效果!

3、账户运营与优化 :信息流广告运营基础 – 人群兴趣定向 人群兴趣定向 - 系统推荐定向

功能介绍 系统推荐定向参考了用户各类商城访问行为数据，由算法技术为广告主实时扩展出高价值人群包，从而实现高效的精准推广!

的精准推广!

### 功能特点

1. 效率高:系统自动化推荐，广告主只需一键开启，提升投放效率!2. 更精准:算法严格控制相关性数据，针对每个广告主形成专属人群包，提升投放效果!

3、账户运营与优化 :信息流广告运营基础 – 人群兴趣定向 人群兴趣定向 -自定义类目定向

功能介绍 类目定向功能参考了用户各类意图行为特征(例如浏览、搜索、购买等)，通过算法技术形成兴趣点标签，帮助

广告主精准定向推广!

### 类目介绍

一级标签	二级标签
美妆个护	美妆
	护肤
	美发
	个人护理
食品饮料	保健食品
时尚穿搭	服装
	鞋帽
一级标签	
生活服务	
家居家装	

### 3、账户运营与优化:其他运营TIPS – 笔记正面内容的评控

用户看完笔记后会立即看笔记下方的评论，正面引导的评论对于转化提升有很大的帮助，需要有意识的进行评论区舆论的引导，确保内容真实且正向。

### 3、账户运营与优化:其他运营TIPS – 笔记使用“高级选项”绑定商品

大盘数据显示，绑定商品的笔记ROI比未绑定提升100%+，建议投放前务必确认笔记已使用“高级选项”绑定商品。商品绑定建议使用店铺引流款，并且尽量是低客单价的单品，提升笔记种草后的即时转化率。

务必使用“高级选项”绑定

### 3、账户运营与优化:其他运营TIPS – 电商Ark和广告business 归因差异

(1)电商Ark: 广告支付买家数、广告支付金额逻辑:如订单户在下单时间前7日内有广告行为(例如点击商品广告等)，则归因为广告渠道产生的销售额，计入在当天销量。(2)广告business: 广告支付买家数、广告支付金额逻辑:销量归因与电商Ark逻辑相同，但数据记录会

归于用户点击广告日期，而非下单日期。

例如:某用户6月5日点击广告后产生购买意愿，在6月7日下单 电商Ark会将该订单和交易金额纪录在6月7日 广告Business将该订单和交易金额纪录在6月5日，但是两边计算的归因给效果广告的RGMV总量不变。  
因此在大促、直播等节点后，Business后台的ROI数据务必进行回溯。

## 常见问题FAQ

Q:使用智能出价后，是否会提升CPC的价格? A:智能出价可以在高转化流量上适当提升出价，低转化流量上降低出价。如果客户的确在意 ROI转化，建议开启。

Q:搜索广告为什么我和别人看到的结果不一样，是不是千人千面? A:搜索结果确实不会每个人看到都一样，因为pCTR其实是针对每个uv有不一样预估，不会说千人千面这么精细，但是按人群特征，会有些排序不一样，所以结果就不一样。

Q:对于新入驻小红书的客户，如何设定合理的KPI? A:建议前期多关注笔记的点击率、阅读成本、加购成本这些数据，打造小红书的用户心智为先，后期再通过商品卡配合电商限时购/促销节点等抓手提升转化。

预算比较充足，可以试试kol达人推荐，用这种方法一般都对自己的产品进行一个测评，如果效果不错，这些达人账号下的粉丝就会进行种草或者购买。同样的还可以选择最高级的明星推广，不过一般都是大品牌会选择这种方式，原因主要是资金足够，大品牌与明星又能相互带动各自的流量，不过也是要选好选择由谁来代言效果才会更好。

关键词排名接下来关键词算是比较常有的做法，具体就是通过品牌词，相关词以及长尾词等进行产品布局，增加用户的搜索量，只有词与词之间搭配好了，才能让小红书系统在一开始就对你的内容进行收录，从而获得排名。至于如何吸引其他用户来阅读，可以通过设置吸引人的开头与图片的方法。用户愿意去阅读浏览，平台也就更愿意去进行推广，从而带动排名的提升。