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购行为数据,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!

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

教育培训
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
十点数据目录。烟亭亲目的梵记DOILk土烟亭组到4000/。 建议机物总包必换计模记司使用"京奶生药
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。
多必使用"高级选项"绑定
另必使用 · 向级延坝 · 绑足
3、账户运营与优化:其他运营TIPS – 电商Ark和广告business 归因差异
o、MA CATIVID.央心CATIFO THOMINAN TUVINESS 灯闪左开
(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:

归于用户点击广告的日期,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,不过也是要好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。