

超实用，小红书信息流投放经验

产品名称	超实用，小红书信息流投放经验
公司名称	广州博辉网络技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广州市天河区灵山东路东英科技园
联系电话	13686810231 13750564677

产品详情

超实用，小红书信息流投放经验

想要开户推广投放代运营广告主可拨打电话或加微信（手机号码同步微信）洽谈沟通合作

添加请注明来意

李四

多年丰富的市场经验及把握各行业成功案例

不要在自然互动的情况下就去投放

当你个人或者公司账号发布了一篇笔记，即使有推广预算，也别急着投放。先等自然状态下有消费者过来互动了再说。

为什么呢？这是为了给你的笔记“打标签”。让小红书的算法知道哪些类型的人喜欢读这个笔记。

在投放信息流广告的时候系统就知道这个内容适合分发给这个类型的人，笔记的分发会比较。否则一篇0赞的笔记，投放后系统也不知道给谁看合适，只好盲目试探到处发，投放的效率会很低下。

一篇笔记少有10个左右互动（赞/藏/评）才开始投放，当然点赞数高一些才投放会更。

从垂直的人群开始投放

小红书信息流投放后台可以选择投放人群，不建议用“系统智能推荐”。比较建议用性别、年龄、兴趣爱好等特征来选择投放人群。

账号粉丝基数比较小，账号定位也是某个垂直领域的时候，“系统智能推荐”程度不怎么样。更好的做法是直接圈选笔记的目标人群，告诉系统你的笔记适合给什么类型的人看，这样笔记的互动数据能更

快提升。

在投放覆盖了人群一段时间后，如果预算还充裕，可以再拓宽投放人群。

内容质量不够好，不适合放大

如果笔记初期自然互动都没有几个人的话，说明内容质量可能不够好。在这种情况下，建议不要硬投放，投放了也是浪费钱。如果是个人账户的薯条投放，小红书平台会对点击率太低的笔记中断投放。如果是品牌账户投放，小红书平台不会中断投放，但对品牌方来说是浪费资源。

建议对点击率低于5%，互动率（互动/点击）低于3%的笔记就不要硬着头皮投放。

如果一个产品很重要，准备不同素材的多个笔记（官方素材/KOL素材等）发布，根据自然互动的情况择优放大。

好啦，关于小红书运营就先介绍到这里。