

# 小红书如何推广自己的产品，把产品声望做大

产品名称	小红书如何推广自己的产品，把产品声望做大
公司名称	柏众网络科技（广州）有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广州市海珠区新港东路1000号保利世界贸易中心E座3111
联系电话	17875312163 17875312163

## 产品详情

### 一、什么样的产品适合做小红书推广？

要想推广有效果，那首先肯定要看产品适不适合在这个平台上推广。

因为小红的用户群体以女性为主，所以小红书比较适合一些比如护肤、彩妆、配饰、母婴、包包、美食、服装、鞋靴等女性消费者为主，且能产出高质量精美图片的品牌产品推广。商家可以通过短视频、图文等形式植入品牌产品广告，从而起到良好的宣传作用。另外，根据一些数据来看，真正在小红书做到有效投放的品牌/产品都具有以下几个特性：

- 1)急于求转化的品牌;
- 2)高颜值或新奇特产品;
- 3)跟小红书用户画像匹配的产品;
- 4)客单价高于30元的产品;
- 5)自有品牌;
- 6)有基础完备的一类电商运营团队;
- 7)想做品牌沉淀，想打造品牌。

如何在小红书上做推广

### 二、博主的合作投放

鉴于小红书平台社区的独特性，那么与博主达人的合作广告投放可以说是品牌方在小红书中\*常用的投放

手段了。

当选择了小红书博主投放，那么为了初步了解博主达人以及便于管理，我们一般可以将博主达人分为以下5种级别属性。即：

素人(粉丝量300 ~ 5K)

初级达人(粉丝量5k ~ 5W)

腰部达人(粉丝量5W~50W)

头部达人(粉丝量>50W)

明星艺人或知名KOL(均有V认证标识)

以上的各类别的博主达人在小红书平台进行投放时是各具有不同的对应策略，举个栗子。比如选择投放明星艺人，在小红书上相对于其他平台整体号召力更强，其对应的发布笔记内容更能引起粉丝的深度互动，但是明星艺人的推广价格自然也是较高的，且效果也不一定比头腰部达人好。

所以具体是否需要选择明星艺人或头部达人等进行投放，主要是看品牌方预算以及品牌的战略阶段来进行匹配组合投放的。当然对合作的博主达人在投放前的质量识别筛选也是一个重要的必备环节。

### 三、常见的4种主要付费推广工具

#### 1、品牌广告

品牌广告大部分主要根据曝光(cpm)进行收费的，即以展现曝光单位来收费的。类似之前淘系的钻展工具之类的收费逻辑。

常规出现位置：app开屏页以及品牌词搜索结果页\*\*个板块banner图。

#### 2、效果广告

这个也是我们在小红书中常听到且也用的\*多的广告营销工具之一，效果广告主要有两种投放模式，那分别就是信息流广告和效果广告，其中这两者的推广目的和投放标的以及付费方式是一致的。比如可以用于账号以及合作达人的笔记种草推广、纯商品曝光，收集表单推广、账号私信营销咨询等。

出现位置：发现页以及搜索页(商城)

#### 3、薯条工具

主要是平台一个助于创作者提升笔记更多曝光量，可以让更多用户能看到该笔记的一个辅助工具，通过付费一定金额而购买该笔记的对应预估曝光量基础上，可以快速缩短一定的时间周期来验证该笔记的受欢迎程度或者验证笔记质量进行优化和调整的目的，让潜在爆文笔记能更快速起爆。常见于用来测试优化内容笔记、累积笔记基础热度、持续维持笔记来自发现页的流量口

出现位置：发现页

#### 4、蒲公英平台

它是主要作用让品牌方与博主达人笔记进行一个商业合作种草推广对接的官方专属平台。且可以查看目

标博主或寻找博主相关信息等，比如当我们自行进行博主投放筛选时就可用到的一个官方工具，可大概进行对博主的一个相关信息的了解和判断作用，重点在于免费使用，当然偶尔也可以用它跟博主砍砍价，不过成功概率比较小而已。

#### 四、小红书有哪些推广方式?

各级别的博主种草：素人、KOC、中腰部达人、KOL、明星。

信息流广告：可以落地到笔记，产品页，表单。有两种投放方式，一种是个性化推送给精准人群，另一种是精准关键词搜索展现。前者是按千次曝光(CPM)计费，后者按单次点击(CPC)计费。需要有相关资质开户，预充值消费，部分行业禁入。

专业号运营：这是个长期投入的工程，急于求成的品牌方慎重考虑，不要想着做一两个月就增长几万或几十万的粉丝，更别想着当下能有多少客户转化。如果着急转化，建议配合投放信息流广告，效果会比较理想。

线下探店：有实体店的一定不要错过，尤其本地生活服务，比如餐饮，旅游这些，探店效果很Nice。

网红直播带货：目前只支持挂小红书商城链接，其他平台链接还在内测。

#### 五、小红书投放的效果如何评估界定?

小红书推广的“效果”主要从以下三个层面来衡量：

笔记发出去之后，平台主动推荐给它认为对你的内容“感兴趣”的用户，有多少人阅读了笔记，也就是笔记的真实曝光量；当你的笔记发的越多，被推荐的用户就越多，你的品牌产品曝光量也就越大。试想一下，当你在小红书看到某个产品好像所有博主都在推荐的时候，你会不会感兴趣？或者说，你是不是对这个产品的记忆更深刻了？

很多人都把小红书当做百度来用，当用户在小红书搜索某个需求词的时候，你的笔记能在搜索结果页获得更多展现，当你的品牌产品高频出现在用户面前，用户就更容易记住你，选择你的机会就更大。当然这里除了需要有大量的笔记来实现以外，还需要对关键词进行规模化的合理布局，给品牌放做笔记投放都是要先从内部平台拉关键词出来对比，把高频热搜关键词筛选出来，结合产品词布局在笔记里，这样才更容易被搜索到。

在投放笔记前开始监测电商后台数据，直至投放完之后的半个月。尤其监测流量来源，进店量，关键词搜索量，转化等数据。没做推广前数据是怎样的，做了推广之后数据有什么样的变化？这样来评估做的推广到底有多少效果，\*终根据数据来决定是否要调整营销策略。

以上就是关于如何在小红书上做推广的介绍，来马传媒专注一手资源，拥有大量、优质、多平台koc,kol资源，达人配合度高，覆盖行业面积广。

如果你想在小红书平台推广，联系上方柏众网络何经理沟通需求，我司提供全案服务

柏众网络科技（广州）有限公司是一家整合营销广告公司，致力于为品牌方挖掘内容流量价值与粉丝价值，提供营销解决方案。我司提供内容营销整合服务、信息流广告代理与运营投放。主营媒体：小红书，b站，广点通，抖音，千川，快手，知乎。主营行业：教育，电商，网服等。公司主要人员来自字节

, 有米, 腾讯, 拥有5年广告优化经验。