# 小红书信息流广告投放效果差？这里教你如何优化！

| | |
|---|---|
| 产品名称 | 小红书信息流广告投放效果差？这里教你如何优化！ |
| 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、关注消费闭环带来的长尾效应

小红书拥有从产生消费需求到完成购买的闭合链路，培养了用户将使用体验反馈成新笔记的习惯，这些内容也会直接充实到内容群中，并被快速分享给其他用户，保持内容属性的统一。

内容运营主要是围绕以下四个方面来进行。

**是内容的定位，需要结合产品的特性，比如说美妆产品，主要是以经验分享或者说使用的感受，或者说功能的介绍来吸引用户。

第二是内容的形式，主要是图文笔记以及视频笔记。

第三是内容的选题，除了产品的介绍外，也可以围绕小红书搜索页的热搜关键词，结合自身产品选择内容的形式和方向。

第四是打造优质笔记，这是*重要的部分，首先笔记必须是符合小红书的社区管理规则，另外笔记内容是要有意义，让读者觉得读了这篇笔记有所收获，*后是合理使用标签、贴纸、emoji表情，增加笔记的可读性。

二、打造优质的笔记

1、影响笔记的阅读量主要是笔记头图的点击率。头图足够吸引人了，自然就会有更多的人来阅读，一方面，头图本身的质量和美观度是否满足用户的审美需求。比如彩妆类笔记，建议可以使用拼图形式的头图，如全脸的上妆照+局部试色图拼图，比较偏干货类的彩妆，首图可以选择妆后美照，或者妆前妆后对比照。另一方面，笔记的素材与目标用户是否匹配，*后是笔记的新鲜度，建议3-5天进行一次笔记的更新。

2、影响笔记的互动量有两个因素：笔记内容的质量和笔记正文是否绑定商品卡。笔记内容质量方面，关注的是内容是否能够吸引用户的注意，以及用户在阅读的时候感受是否能够让用户留下深刻的印象。另外，我们还需要对笔记进行跟踪与维护，需要跟粉丝进行互动，增加笔记的权重。

3、小红书效果广告分为信息流广告和搜索广告；计费方式是CPC模式，信息流广告主要是通过笔记来承载，搜索广告需要购买搜索词才会有展现。信息流广告主要出现在发现页的第6页、第16页、26页等页面，以此类推。它的竞价方式是eCPM，在小红书投放信息流广告，eCPM**是大于9，它才能获取更大的曝光。

在笔记选取方面，建议使用自然流量比较好，藏赞比大于1的笔记，因为藏赞比大于1的笔记，可能它是比较受用户喜欢的笔记，并且收藏量比较高的话，说明它的带货能力比较强。小红书信息流广告目前支持设置性别、年龄、地域、兴趣，还有设备等定向，然后在笔记的图片，还有笔记内容里面可以插入商品的链接，能够增加购买率，提高转化。

4、搜索广告主要出现在出现在第3/13/23/33的位，建议搜索广告的eCPM大于12才能跑出去量。我们通常会对搜索词进行一个分类，比如说品牌词、产品词行业词、竞品词，然后产品词的话，它主要推的一些产品，比如说眼霜产品，行业词就比较宽泛一点，像护肤、美白等关键词，竞品词可能就是相关的竞品品牌词。

三、商品卡、H5以及搜索词优化

1、商品卡的首页展现就是商品的一个头图，所以我们可以在商品的头图上面增加清晰的促销利益点，能来吸引用户的点击，在产品介绍上，可以用比较简短的语言来描述它的一个卖点。

2、H5的图片可以直接使用产品图，如果是有明星或者说达人推荐的话，也可以作为一个卖点放在图片上面。另外，可以直接把直白的促销信息放到图片上。

以下为我司部分优秀广告投放案例

投放小红书信息流及搜索广告，请联系柏众网络何经理（上方有联系方式，微信手机同号），我们提供更专业的广告投放服务！