

小红书广告投放技巧，新手必看！

产品名称	小红书广告投放技巧，新手必看！
公司名称	广州博辉网络技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	投流代运营:联系我们 开户投放:联系我们 广告如何做:联系我们
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

实际运营一段时间后，回头来看这些笔记一样超级实用，它完全是从一个新手视角来学习和记录问题的，反而更加适合新手来学习。

笔记包括三部分，分别为：

- 一、认识小红书广告平台（链接、开户）
- 二、计划创建及出价技巧（计划、出价）
- 三、投放型内容创作技巧（规则、经验）

一、认识小红书广告平台1、小红书聚光平台和蒲公英

小红书聚光平台是发信息流广告和搜索广告的平台，搜“小红书聚光平台”进入，首页图：

小红书聚光平台首页

当我还是个投放新手的时候，为找这个入口花了很多时间。记住，小红书的广告后台有且只有这一个。

小红书蒲公英是找达人投广告的平台，和聚光平台的区别是一个是投自己的笔记，一个是让别人帮忙种草。

2、小红书人群分类

小红书拥有2亿月活，其中70%是九零，女性占比达70%，她们50%聚集在一二线城市，月均可支配消费为4000元。

她们使用小红书的习惯是，60%使用信息流浏览，40%通过搜索来辅助消费决策。

3、小红书聚光平台广告类型

广告类型主要为：搜索广告和信息流广告。

搜索广告：用户搜索关键词搜索到你的笔记，按照用户点击进行收费；

CPC广告

信息流广告：是用户在发现页看到你的广告，是根据用户兴趣直接进行曝光。

小红书信息流广告

在教培行业，以获取客资为目标，实测搜索广告的效果比信息流广告差！

效果对比图

4、小红书聚光平台能做什么

小红书聚光平台可以做以下四件事，字面意思已经很清楚了，就不一一解释了，其中直接销售商品需要绑定小红书店铺才可以。

小红书广告投放诉求

5、小红书聚光平台开通方法

开通条件：仅拥有营业执照的企业可以开通小红书聚光平台，账号需要做企业蓝V认证；

开通方式：找代理商开通，首充5千起，代理商普遍会有充值返点，返点标准每家不一样，从2%-10%不一而足，需要筛选，我可以推荐；

是否选代运营：部分代理商承诺提供数据分析、运营指导等服务，个人觉得不太具有吸引力，这是一项短时间可以上手的业务能力，请无视。

6、小红书广告展现位置

信息流广告：第6篇笔记是广告，然后每10篇笔记出现一次广告；

搜索广告：搜索关键词，笔记页：第3篇笔记是广告，然后每10篇笔记出现一次广告；

商品页：第1篇笔记是广告，然后每5篇笔记出现一次广告。

二、计划创建及出价技巧1、项目展示

我们目前在运营项目，截个图，去年9月到10月的消费数据，欢迎方法讨论。

小红书广告投放运营项目展示

2、计划创建流程

小红书创建广告

别看这里这么多内容选项，实际上就是点击新建广告，按步骤进行就行。

步：填推广计划（选择营销诉求-选择广告类型-选择营销目标-选择出价方式-填写计划预算）；

第二步：填推广单元（选择推广标的-定向选择-填写出价）

第三步：选推广创意（转化组件设置）

创建成功后，等标的内容审核通过后就会自动开始投放了。

3、出价技巧

排名规则：预估点击率*出价，值越大越靠前；

点击计费：CPC=下一名出价*下一名点击率/自己的点击率+0.01；

小红书笔记点击率

计划的点击率（CTR）越高，广告越靠前；

普遍来看，笔记点击率低于5就不行，5-10算还可以的，10以上是非常好；

关于互动价格设置，代理商没有提供行业参考数据的话，你可以大概填一个数，再根据效果增加或者减少，不同行业感觉都可能不一样，比如我开始出个50，没有互动，就加到60、70、80，有效果，我再降一点看看影不影响咨询；

点击率（CTR）跟笔记的封面、标题、点赞数有密切联系，点击率不高，可以尝试从这些维度去调整笔记内容；而笔记的评论，往往跟内容的转化能力挂钩，别人点击来，并没有产生沟通或购买的欲望，评论就会很少。

4、关注哪些投放数据

不同的营销诉求关注不同的数据，注意，在小红书聚光平台广告页右上角，可以自定义展现数据，留客资和卖商品可以参考我勾选的内容：

数据自定义

5、关于小红书DMP

根据投放生成的人群包，有消耗要求，连续30天，消费1000+才能开通，实际上没啥用，当时一直不明白是什么。

三、投放型内容创作技巧1、内容形式

小红书常用的内容形式有三种：官方宣传稿（直接说自己好）、达人推荐稿（牛人说你好）、素人稿（路人说你好），每种内容形式写法、用法、效果皆不同；

投放型内容普遍都是官方宣传稿。

2、投放限制

注意，小红书投放内容限制很多，例如不能以受益人身份分享、不能承诺性语句、不能夸大宣传、如果你要说什么名师大咖啥的，也要提供证明之类的，类目比较多，多几次过不了审，自然就明白了。

3、计划热度

小红书的计划以前有时间限制，创建3个月的计划不能投，现在可以无限投；

但即便已经通过投放将小红书笔记推到高赞，如果停止投放，很快就没动静了，投放内容尴尬就尴尬在这儿。

4、为什么不迭代运营

内容一定要自己摸索，代理商代运营不靠谱。

小红书运营的底层是内容，代理商凭什么比你更懂你的行业 and 用户，它要的是你消费，你要的是低价格获取资源，出发点不同，所以内容一定自己弄，多跟李老师学学就会了，哈哈。