

# 小红书聚光平台怎么进入开户代理商联系方式

产品名称	小红书聚光平台怎么进入开户代理商联系方式
公司名称	武汉璧升网络科技有限公司
价格	5000.00/件
规格参数	
公司地址	武汉市硚口区汉中街长堤街217号56（注册地址）
联系电话	18602726010

## 产品详情

鉴于这类型话题下几乎全是广告，我先表个态：

本人绝不是dailishang，该回答仅仅是我作为一名普通的品牌运营工作者，写给新手运营的经验分享。文末附我自己的账号运营日记，可以参考。为便于你快速了解小红书聚光平台，文章分三部分：

- 1、什么是小红书聚光平台
- 2、怎么玩转小红书聚光平台
- 3、小红书聚光平台的5个实用投放技巧

### 一、什么是小红书聚光平台（一）官网入口

搜索引擎搜“小红书聚光平台”进入，链接：<https://ad.xiaohongshu.com/>，首页图：

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。

### （二）小红书聚光平台概念及开通方法

#### 1、概念

一句话理解：通过付费，你的笔记将获得更多的平台曝光，即便是全新发布的、一个赞都没有的笔记。广告主要以两种形式出现：

- a. 发现页频道：属于信息流广告，笔记会随机出现在发现页，从6起顺位+10依次递增；
- b. 关键词搜索结果：属于搜索广告，笔记会出现在社区搜索结果页，从3起顺位+10依次递增，在商城搜

索结果页从1起顺位+5依次递增。

很多人不清楚投聚光和投薯条二者的关系，我们来对比一下：

投放方式	投放主体	展现效果
投聚光	企业	带有广告标识，可编辑
投薯条	个人+企业	与普通笔记一样，无插

## 2、小红书聚光平台的开通方法

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；

开通渠道：同时支持自己在平台开通和找dailishang开通。二者区别如下：

开通方式	首充金额	充值返点
自主开通	1万	无
找dailishang开通	5千	5%-15%

备注：两相比较，因为有返点的区别，找dailishang开通划算的多，我们一直就是和dailishang在合作，如有需要，我可以推荐dailishang哈。

部分dailishang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。

### （三）小红书聚光平台能做什么？

#### 1、获客

以我的行业（教培）为例，在创建计划时选择“客资收集”，可以通过表单收集客户信息，也可以让用户点击笔记后直接发起咨询。

#### 2、产品种草

围绕点击量或互动量做笔记推广，相比客资收集，转化路径要长一些，但是在实际运营的中，我发现相比“客资收集”中的表单和私信，从笔记评论区引导至私信的转化方式，更容易把量做上来。

#### 3、电商

小红书账号绑定店铺后，可直接以信息流方式将商品投放至发现页频道/关键词搜索结果。

## 二、怎么玩转小红书聚光平台1、如何创建计划

### 订单创建页

上图是小红书聚光平台的计划创建页，其实很简单，我着重讲两个概念：

### a.全站智投

选择全站智投，意味着既投了关键词（前提是为计划创建了关键词），又投了信息流，信息流用户兴趣范围要更广一些。

### b.私信咨询量/私信开口量

设置私信咨询量，用户点击广告进来就扣费，而私信开口量，是要用户开口说话才付费。以教培行业为参考，此二者投放效果差异不明显。

## 2、其它说明

投放单价普遍会有行业标准，这个数据可以让dailishang提供，也可以通过站内工具进行初步判断。

需要注意的是，数据不是一成不变的。以教培行业为例，我刚开始设定0.4元/点击就有很不错的曝光，一段时间过后，必须要设定到0.7元/点击才会有曝光。

关键词搜索效果确实更精准，类似于某度的竞价，用户是带着需求来进行搜索的，但投放单价高于信息流。

小红书聚光平台实际上非常易学，并且适合新手操作，例如它的“省心智投”功能，你甚至只需要设置获客单价和整体预算就可以运行了，这也是为什么我说不需要dailishang代运营的原因之一。

## 三、小红书聚光平台5个实用投放技巧1、5个实用投放技巧

1)、一定要自己摸索，dailishang代运营不靠谱。因为小红书的底层是内容，dailishang凭什么比你专业？只要愿意学习，一周就熟练了；

2)、小红书聚光平台zuihao能找dailishang开通，找一个负责任、经验靠谱还有充值返点的dailishang还是很重要的。除开省钱，它能向你提供很多信息，包括你这个行业的投放价格、关键词价格等等，让你在初期即有出价基础判断；

3)、笔记数量、质量不够，消费上不去，因此小红书聚光平台投放是一个不断丰富过程；

4)、同样的计划数，周内消耗大概是周末消耗的两倍；

5)、小红书相比百度、头条、微信这些渠道相对比较新，投放性价比普遍高于以上几个老平台，以教培行业为例，单条线索成本 < 200元，而在百度上，线索成本 > 400元；

## 本月消费数据

小红书实战经验还在不断更新，你可以在知乎专栏“品牌运营日记”中保持关注！

## 2、实战经验每日分享

除小红书外，我们同时运营了很多渠道，例如知乎、百度竞价、douyin等等，我的品牌运营日记正在更

新，想学习运营的同学可以关注我，跟我一起用实战来学运营：

相关内容链接：

[李科：如果你在了解知+投放，看这篇文章就够了34 赞同 · 38 评论文章](#)

[李科：巨量引擎开通方法及5个超实用投放心得分享15 赞同 · 9 评论文章](#)

[李科：新媒体运营-如何搭建渠道矩阵？12 赞同 · 3 评论文章](#)

[李科：我用1800多天学到的运营技巧293 赞同 · 45 评论文章](#)

码字不易，看到这里，求大佬点个赞吧！

咨询更多品牌运营知识，关注我，10年互联网老兵用实战讲运营。