

该怎样构建自己的模板库？

小红书种草，KFS种草策略，达人推广，小红书图文/视频

产品名称	该怎样构建自己的模板库？小红书种草，KFS种草策略，达人推广，小红书图文/视频
公司名称	杭州灸明互动科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	钱塘区2号大街519号佳宝科创中心2栋1402-1403
联系电话	17780655966 15557173392

产品详情

zui关键的问题是：我们怎么设计出这种拥有爆款潜质的模板呢？又该怎样构建自己的模板库？

按照市场洞察的思路，做小红书内容是“先验”的：先做大数据研究、消费者调研，充分挖掘竞争机会、细分场景等要素，然后指导内容的制作，匹配产品卖点。比如在官方提供的IDEA方法论中，小红书还专门推出了“灵犀”这个产品来帮助品牌做数据洞察。也就是说，我们要了解“为什么爆款能够成为爆款”，才能借助底层逻辑持续设计出创意和套路。（资料来源：小红书官方）然而，找模板是完全不同的思路。不去过度纠结爆款的原因，而是“后验”，直接拿结果说话：我们只需要知道哪种类型的内容更容易被算法推荐，从而有机会成为爆款。无论我们拿到多么丰富的数据，都无法100%还原一条内容成为爆款的原因，毕竟推荐算法在大多数时候还是一个黑箱 - 就如同chatgpt的开发者自己也不知道chatgpt为什么会这么回答。因此我们不借助任何数据，而是人工对算法进行“调教”，让算法告诉我们哪种相关内容会被推荐到首页，我们把其中zui适合的来当模板来用。（注意：这里不去比较不同方法的优劣，各自都有适用的业务场景，以下仅提供一个参考思路）第一步，找到足够多的相关内容。不用大数据工具去抓取，而是用自己的账号去手动刷、手动搜。

通过小红的搜索下拉词、通过数据工具找到行业热词直接在小红书app内进行搜索拓展

通过笔记内的标签进入集合页面进行拓展

通过搜索结果页面中系统自动分类的标签进行拓展

第二步，筛选出符合要求的笔记并进行点赞和收藏。具备下列多条特征的图文笔记，更值得我们去关注：

内容主题与自己的行业和产品强相关，甚至已经有同行带货成功了发布时间在48小时之内，zui好不超过1周素人账号产出的高赞爆文。账号粉丝量往往都低于1000，但笔记点赞量远高于行业水平线。模板化明显，同一个样式多次出现，一眼就能识别出套路的那种。内容很吸引人，自己控制不住想点进去

看到这种内容，首先进行记录，然后在点赞收藏二连，让算法充分了解我们聚焦的话题领域，比如“去痘印”。第三步，清除不相关的推荐笔记。如果我们用自己的账号，不断重复上述两个步骤，我们就能充分观察到什么样的内容被算法推荐了，什么样的内容能够成为爆款。从而让首页推荐信息流成为一个精准的“模板库” - 一些细分需求、高质量的爆款内容就会源源不断出现在小红书首页。比如在与“去痘印”相关笔记进行大量互动后，首页推荐的笔记几乎全部都聚焦到了祛痘相关话题，且符合第二步的多条特征。接下来，要做的就是从推荐流中找到不符合要求的笔记（比如偶尔出现一条“新房装修”相关的），点击“不感兴趣”，这样算法偏差就会越来越小。zui终就可以从这个内容“鱼池”中不断捕捞爆款作为模板。每个行业选择模板的要求不同，但重复出现、zui新发布、低粉高赞是必要的前提条件。对于成熟的商家来说，会配有专职团队来完成这个内容池的积累：每天的工作就是不停的刷小红书，而且建立了SOP和模板筛选标准。需要注意的是，内容团队必须要长时间实战得到体感和网感，才能提升爆款模板的命中率，并不是一件顺手做做就能成的事。比如我自己对于“去痘印”相关话题进行训练之后，自以为发现了“手写体”这个吻合特征的模板。但经验丰富的朋友却告诉我，这种模板已经过时了，对用户吸引力比较弱，转化效果可能不理想。

为什么做小红书种草要选灸明互动

灸明互动深谙小红书种草法则，熟悉小红书从种草到转化的全流程，提供包含前期数据分析、种草策略规划、种草达人合作、投流规划、站内转化闭环设计、站外导流路径构思、转化承接、种草策略更新调整、后续效果持续评估.....等在内的全套小红书种草服务，并对新品牌可做品牌推广建议策略赠送