

广州小红书运营工作总结

产品名称	广州小红书运营工作总结
公司名称	武汉星梦传扬网络科技有限公司
价格	10.00/件
规格参数	服务地区:全国区域 服务方式:红书笔记 收费模式:月结
公司地址	武汉东湖新技术开发区光谷金融港A4栋201室
联系电话	13693279862 13693279862

产品详情

广州小红书运营工作总结

小红书营销是一种结合内容创作、社区互动和电商销售的综合性营销方式。小红书是一个以时尚、美妆等内容为主的社交电商平台，吸引了大量年轻用户。在小红书平台上，品牌可以通过发布原创内容、参与社区互动、举办活动等方式进行营销。这些内容包括产品使用教程、美妆技巧、时尚潮流等，旨在吸引用户关注，增强用户对品牌的信任和好感。

一、小红书liuliang分发逻辑

兵马未动，粮草先行。在品牌进入小红书之前，首先需要了解小红书的liuliang推荐机制。

小红书的liuliang推荐机制主要包括个性化推荐机制、社交裂变推荐机制和关键词推荐机制。

需要注意的是，这三种liuliang推荐机制并不是独立作战的。随着用户长期使用小红书，这三种机制会逐渐融合，为用户推荐最符合其喜好的内容。

1、个性化推荐机制

个性化推荐机制是小红书最主要的liuliang推荐机制。通过分析用户在小红书上的行为，个性化推荐可以为每个用户提供符合其兴趣的内容。这个被称为“千人千面”的算法旨在为每个用户呈现定制的内容。

个性化推荐机制主要从五个方面进行推荐，包括兴趣推荐、频道推荐、用户行为推荐、关注推荐和地域推荐。

2、社交裂变推荐机制

社交裂变推荐机制通过点赞、收藏、评论、转发等社交方式，实现笔记的扩散效应。

社交裂变推荐机制主要有两种优先推荐方式，即基于关注博主和点赞内容，以及基于数据效果进行推荐。

3、关键词推荐机制

关键词推荐机制是小红书在搜索页面上采用的推荐机制。当用户在小红书搜索页面上输入关键词时，会显示与之相关的笔记结果。通常情况下，用户会点击排名靠前的笔记进行查看。关键词推荐机制主要受笔记中的关键词影响，而非通过增加笔记互动量等人为手段进行调整。

每天都有大量的用户在小红书上搜索感兴趣的话题。这些明确目的、需求清晰的用户具有重要的转化潜力。同时，小红书上的笔记不断被搜索和推荐，随着时间的推移，笔记的曝光量也会增加。

如果品牌能够让与自身相关的笔记在搜索结果中排名靠前，就意味着品牌的曝光率和销售转化率将大幅提升。

想要提高笔记的搜索排名，品牌需要知道哪些关键词是必须设置的，并将其正确地应用在笔记中，从而让笔记排名提升，吸引更多用户关注。

掌握小红书的三大流量推荐机制后，品牌可以根据这些机制创建更容易被推荐的笔记，从而扩大自身的影响力。

二、小红书引流避坑指南

1、遵守平台规则：遵循小红书的社区规定和内容审核政策，确保发布的内容符合相关规定，例如避免涉及政治、色情、暴力等敏感话题；

2、一个用户对应一个手机、手机号和账号：避免在同一设备上登录多个账号，每个手机、手机号和账号应对应一个用户。有些用户为了节省时间和成本，会使用同一个手机号切换2-3个账号，但是如果一个账号受到违规影响，其他账号也会受到影响。

一个人最多可以注册5个手机号，每个手机号最多可以有2张副卡，这样一个人最多可以有15个账号。在注册账号时要明确账号的目的和方向。

3、不过度推广：引流的目的是提高品牌知名度和吸引潜在客户，但是过度推广可能会引起用户的反感。在内容中要适度地进行推广，保持自然和真实，避免过度商业化。

4、避免刷量行为：不要使用shuazan、shuapinglun等不正当手段提高内容的曝光率，这些行为可能导致账号被封禁，严重影响品牌或个人形象。

5、尽量使用数据而非公共WIFI：使用手机数据上网，避免使用公共WIFI，这样可以降低账号异常风险，提高内容发布的安全性。

6、控制广告频率：发布内容时要适度控制广告投放的频率，不要让每条评论都包含广告。过多的广告容易让用户感到疲劳，可以设置一定比例的内容是非广告性质，或者从第三方的角度来讨论这个事情，给用户留下真实的感受。

7、控制私信数量：避免在短时间内给大量用户发送私信，尤其是相似或重复的信息，这样做容易触发平台的反垃圾信息机制，导致账号被限制。

8、不断更新引流方式：关注小红书平台的最新动态和趋势，根据用户需求和平台政策调整引流策略。例如，可以尝试直播、短视频等新兴形式，以吸引不同类型的用户。

不要连续使用同一种引流方式超过10次，如果后台监测出来，第一次会受到警告，如果持续使用，第二次会被禁言7天，并且在再次引流后叠加14天，第三次会直接fenghao。

9、不要在笔记中使用违禁词：在撰写内容时，避免使用违禁词汇，确保内容符合平台规定。可以事先了解小红书的禁用词列表，以免在创作过程中违规。

10、保持与用户的互动：与用户保持良好的互动关系，及时回复评论和私信，解答用户的疑问，这样可以tigao账号的活跃度和粉丝黏性，有助于长期引流。

三、小红书正确引流的10个方法

1、利用群聊名称

在群聊名称中可以巧妙运用引流策略，注意字数限制，最好添加前缀和后缀，以减少被监测的风险。还可以通过特殊的数字展示方式增加吸引力。小红书现在可以将群聊直接挂在笔记的左下角，用户点击即可进入，非常方便。

2、小号发布正常笔记后修改图片（带有联系方式）

在小号发布一篇内容丰富、高质量的笔记后，可以将其中的某张图片替换为带有联系方式的图片，以便潜在客户能够找到你。如果你有多个账号，建议用一个小号专门发布带有联系方式或地图地址的笔记，并且只关注大号一个账号。

3、利用评论区

在热门笔记的评论区发布你的群聊链接、@小号或通过私信等方式进行引流。目前来看，评论区引流是最常见也是最容易危险的引流方式，有时评论可能会被吞掉。此外，你还可以通过给带有隐含引流内容的评论点赞的方式让该评论排在前面，但这需要找到大量不同地区的小红书账号来点赞。

4、大号收到意向客户信息，用小号进行联系

如果大号收到意向客户的信息，可以使用小号与客户联系，这样可以降低客户的戒备心理，tigao转化率。小号可以发送私信给客户的次数肯定会比大号多。

5、利用简介

在简介中，最官方的默认内容是留下邮箱，方便达人与品牌进行商业合作；其次是大致的线下门店地址。如果你想引流微信，建议不在简介中出现此类行为，因为微信、V等字眼出现在简介中很容易引起注意，需要随时修改简介。

6、利用瞬间

瞬间是指店铺主页上的小圈圈，常见的有私信、打卡、领取资料或微信等，在用户进入你的主页时一目了然。另一种方法更为明显，在瞬间标题中添加引导性文字，而在视频内容中则留下手机号。目前这种方式使用较少，可以先用小号进行测试。

7、收藏引流

将带有引流信息的内容收藏并整理，形成一个引流的内容库。如果信息太明显，建议使用小号操作。可以将联系方式稍微缩小文字，使用更鲜明的颜色，让其看得见但不过于突兀。

8、利用专辑名

充分利用专辑名，给专辑标题增加差异化。

9、如何实施置顶

不需要多说，你可以使用自己的大号直接发布一条置顶的笔记，简单地在笔记上面添加联系方式或门店地址。但要注意，要保持简洁，不要添加微信图标、符号、谐音字等，这可能会违反规定。通常常见的方法是发布一篇关于自己经历的笔记，并将其置顶，笔记封面的某个角落加上你的联系方式。

10、使用私信的注意事项

私信是目前很多人使用的方法，但也存在一些风险，容易遭到用户或行业内人士的举报，导致liuliang受限。以下是一些使用私信的注意事项：

1. 尽可能让对方主动提供联系方式给你，然后你再添加用户。
2. 将小号的笔记发送给用户。
3. 避免在短时间内回复多个私信，最好隔半个小时或更久再回复其他用户。私信用户时，不要连续使用同一种话术，这样后台很容易监测到。
4. 可以将微信号写在纸上拍照发送给用户，但同样要注意，一张图片最好不要包含超过3个词。同时，可以尝试不同角度的照片和字体颜色来进行调整。

11、将苹果备忘录的备注改成联系方式

可以使用备忘录的形式发一篇笔记，将备忘录的备注改成联系方式，或者使用放大镜放大联系方式，使其更加明显。所有的引流方式都会过时，所以我们的引流方式也需要不断变化，只要你做得够快，平台就来不及做出反应。