

技能分享小红书聚光投流操作技巧

产品名称	技能分享小红书聚光投流操作技巧
公司名称	广州点赞传媒科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广州市黄埔区萝岗街道锐丰中心3栋
联系电话	15999978951 15999978951

产品详情

今天聚光已经非常成熟了，提供了很多很好的工具和数据维度，在这些数据里面就藏着很多红利，如果已经在投放出了一些自然流量比较好的笔记，一定要用聚光投一遍！可以产出很多新的数据和视角！

今天就来聊聊，在小红书聚光投流的一些技巧和方法

1、聚光的优势

后台投放方式主要分为：1) 信息流、2) 搜索、3) 全站智投

信息流：主要就是首页的流量，流量比较大，投放的成本也会更低，位置在第6，16，26位

搜索：主要在搜索端的流量，流量相对小一些，但是流量准确，对应竞争也会大一些；位置是在3、13、23位

全站智投：主要是覆盖了搜索、信息流一体的，属于系统只能投放（目前投放效果也还比较稳定）

2、聚光投放侧重点

投放前，创作笔记，可以在「笔记灵感」里面去找一些热门的活动及方向因为有流量的扶持，也能提升内容效果的确定性

在搜索关键词，可以看到下拉框里面的热词，在投放搜索的时候可以选用这些词语

搭建计划有限信息流、搜索位置，最后使用全站，因为相互之间不冲突。计划搭建好了，出价设置，一般我建议出价别太高，比如40逐步往上加，直到量跑的可以，成本比较理想，当然高了也可以降

3、聚光投放误区，得注意！

消耗跑不动，主要是因为没人点击，小红书信息流是按照点击收费，笔记素材不够优质，标题、封面没有吸引人导致没人点击，自然预算就消耗不出去

首先就需要优化标题和封面，其次看看范围设置是否太窄、出价设置过低，覆盖人群是否过少！

切勿短时间内，多次调整计划，会导致后台算法全面崩盘，流量分发不准确！

单个计划内，
多个单元创意，一般不建议动，不然也会影响其余的流量分发，经常会发现懂了成本炸了，
无咨询无开口

4、收集同行投流的爆款笔记

搜索你这个行业的关键词，然后去找到右下角有【赞助】这个字样的笔记，记住这条笔记的内容，一定要跟你的业务是一样的，你再去参考

最少收集10条，然后分析这10条里面什么类型的最多，他们的封面标题内容都有什么样的共性。把你看到的都集合到一条笔记里面去，做3~5条去做测试投放。只要笔记内容做得好，私信开口成本一定不会高

5、多笔记多计划同时投放

一开始千万不要抠抠搜搜的，一天就两三百的一个预算，讲真的跑不出来结果，系统它是需要时间去学习你这条笔记的，你搭建的这条计划，它就像一个AI一样，它会根据你设定的地域、时间、人群，还有你这条笔记，你这个账号的标签去进行学习的

所以我们不能光看当天的私信开口成本，一般来说至少是观察三天或者是一个星期的成本是比较合理的，因为投流数据它每天都会有变化，都会有一定的波动，就跟股票一样。你需要投放多条笔记和多条计划来测算出最低成本的那一条，然后再持续投放下去

6、数据统计复盘

做聚光一定要做数据统计的复盘，不然你永远不知道问题到底出现在哪里，每一个环节的数据都要进行统计，一定要知道每天都是在哪些素材能跑出消耗，尤其是点击的人群是哪个细分人群？

我们内部现在在积累各种行业的细分人群包，我把人群包资产当做我司做重要的虚拟资产之一

为什么？

因为小红书的人群相对其他社区要更加细分，可能一个行业能细分出七八个人群，每次人群又对应着不同的人生阶段和需求，如果你想用同样的素材打透所有的人群，显然是不现实的，就需要我们把产品不同的沟通点对应给不同的人群，这样才能实现不同人群的精准营销

当然，如果你有灵犀权限，那自然可以不用去积累人群包，灵犀就具备人群资产沉淀的工具，但目前灵犀还是定向邀请的阶段，只有大预算的KA品牌才可以使用灵犀，所以，在没有得到灵犀权限之前，建议每个品牌都要开始积累自己的人群包，人群数量积累的越多，投放效果越高效！