

小红书优质笔记制作标准

产品名称	小红书优质笔记制作标准
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

首先，我要告诉大家的是

这篇内容里没有可标准化的套路公式，也没有大量案例来借鉴

有的只是一个投了大概上万篇笔记的男人的思考与偏见（如果你觉得我说的不对，那就是你对）

1) 图

美大于一切

在重要级上，一定是比文案更重要的

质量决定点击率，没有点开一切都是空谈，所以图很重要，要用图展现所有的产品信息点、抓住用户审美点

大家要知道，我们想要影响的是一群生活在一二线城市的年轻女孩、90后且爱美，这样的用户是具备一定的审美能力的，常规产品图很难撬动用户的眼皮

所以要P图，一定要P图，要追求极致美感，不夸张的说，脸P小一圈，可能会带来更大量级的流量

每个能在小红书拿到流量的达人，都得是懂浪漫，会P图，有审美的Talen（在读的小红书达人们把说得对打在评论区！！！！）

千万别让审美不高的同学来负责小红书的投放内容，这位同学会成为ROI的主要障碍，如果实在没有审

美在线的同学能负责，就交给乙方来吧（在读的乙方们把说得好打在评论区！！）

请和美好挂钩

不管你的品牌调性是啥，都要和美好挂钩，也许在视觉上，也许在表达上，总之，请和美好挂钩！！

不要接地气，不要随手拍，小红书社区氛围会被强有力的管控，一切不美好，不美观的东西会被一刀切和长期打击。美好的社区氛围是小红书的社区基调

如果是其他公众号，可能会告诉你要做成关于强对比、文字突出、真实人/物/场景出镜等一系列看起来非常有道理的套路（如下图）

这些方式方法我觉得都是概率问题，你按照这个格式来真的不一定有效果，但是图美一定不犯错，图不美一定错

给大家举几个可以称之为美图的示例：

这几篇都是品牌合作广告，没有花里胡哨的套路技巧，有的只有达人贡献的超高审美，数据结果也都非常好

如果你合作的达人是有能力产出美图的，请给达人创作空间，不要把构图和要展示的画面固定死，可能会有意想不到的收获

关于比例

标准比例900×1200，这个尺寸是最标准的官方默认尺寸，也是小红书用户最习惯的尺寸，不要抬杠，不要对着干，按照这个尺寸来，不犯错

2) 文

正文文案的作用主要是的进一步延伸和场景的描述，与其说是正文，不如说是概述，用户受到吸引点开笔记，是为了快速获得自己想要的内容，因此文案的部分一定要足够简洁，最好可以一针见血

一旦段落太长，会有两个影响

1) 字数越长，流量越差

算法是无法进化到跟人具备同样的阅读理解水平，字数越多，标签越散，算法匹配之流量就越不精准，流量越不精准，笔记的自然数据表现就不好

但是字数缩减，关键词不能缩水，要尽可能挑重点保留下匹配的关键词（如下图）

2) 篇幅越长，体感越差

千万不要长篇大论！总体上看，文案长度不建议超过300字

300字以内的文案在内容上简洁明晰，在结构上也不会超过一页，用户轻轻一翻就可以概览全文，找到自己的需求点

整体篇幅越长，下翻次数就越多，用户体感越差

文案推荐结构

报备笔记的结构推荐：

1+3+1

1次品牌+产品词+1-3行主要卖点+1个相关话题

软广笔记的结构推荐：

1+1+1

1次品牌词+1行使用感受+1个泛话题

ps：以上提到的软广笔记结构并不适用于所有账号。比如颜值类账号，平时分析内容以美图+短文案为主，突然在一篇笔记提品牌词和使用感受，会有很大概率被抓，但如果平时就有分享使用感受、好物分享的账号，按照这个结构会比较安全，要结合账号过往内容综合来看

3) 互动

为啥要把互动单独拎出来说啊？

因为互动决定笔记分发半径，尤其是评论

小红书的算法，更关注高质量评论数。一般的平台会偏好点击率、停留时长，这容易催生更多吸人眼球或是卖关子拖时间的内容，如果关注高质量评论数，反倒可以促成互动氛围好的社区

所以，做好互动，做高评论，是跟创作笔记内容一样重要的步骤

一篇笔记成功与否，一半看数据，一半看评论区

虽然评论区谁来评论，评论什么内容，我们无法控制，但是我们可以引导，可以留讨论空间

引导不一定有用，但一定比不引导有用

所以，一定记得创作完笔记以后，在文末加一段主动引导，把讨论空间交给用户，他们讨论的越激烈，笔记数据越好