

小红书广告怎么投 小红书广告推流逻辑 小红书广告核心代理商

产品名称	小红书广告怎么投 小红书广告推流逻辑 小红书广告核心代理商
公司名称	柏众网络科技（广州）有限公司
价格	.00/件
规格参数	小红书投放:开户 代运营 充值 聚光平台:开户 代运营 充值 柏众科技:开户 代运营 充值
公司地址	广州市海珠区新港东路保利世界贸易中心E座
联系电话	13044251623 13044251623

产品详情

打开小红书，是开始种草的时刻；离开小红书，是成交的开始。

小红书的购物指南属性和去中心化推荐机制决定了用户的使用路径：搜索关键词，浏览推荐页，最终完成成交。

小红的用户在站内进行的三个重要动作环节是：搜索、推荐浏览和成交。

现在我们来分别讲解小红书搜索流量、推荐流量和直播流量的底层逻辑。

搜索流量算法:

由于小红书的定位，超过65%的流量来自搜索。因此，在搜索流量算法上需要更加精细。下面我们重点讲解搜索流量算法的逻辑。

发布笔记-审核-收录-标签分类-第一轮推荐测试-
更大曝光，这是一篇笔记在小红书发布到曝光过程中经历的算法步骤。

基于这套算法逻辑，只要你的笔记通过审核并获得曝光，不论眼球多少，都会得到算法推荐。

系统会根据用户的搜索词进行算法匹配，并展示所有结果。如果关键词属于相关品类中较广泛的词汇，界面上半部分会有一些专门的标签词汇提供分类筛选功能。这种方式对于用户进行无目的搜索时的体验更好。同时，最热门的笔记会排在前面，展示形式和筛选条件都旨在缩小选择范围，帮助用户快速选择。

搜索结果与需求的匹配主要依靠核心关键词和query的匹配度。搜索结果中展示的具体内容是通过分析用户需求，找到最符合用户需求的信息。

笔记标题中的关键词非常重要，官方也明确提示：“填写标题会有更多赞哦”。因此，优化标题是让笔记获得更多曝光的基础工作。

我们可以利用搜索的关键词、热词推荐等来帮助我们找到笔记的核心词，以便让系统识别并推荐给对应用户。

从推荐内容中找出核心词:

推荐内容包括搜索框置灰关键词、页面显示的历史搜索和热搜词。

- 1) 默认提示词：在点击搜索之前，平台会根据用户标签推荐默认提示词。默认提示词中存在一定量的搜索流量。
- 2) 热门搜索：展示最近一段时间被搜索次数最多的词，引导用户看一些最近热门的内容和热门话题推荐，与用户的搜索行为和近期热门话题相关。
- 3) 补充联想关键词：当用户输入部分内容时，系统会根据这些内容联想出完整内容，并自动补全关键词。通过即时匹配关键词并展示出来，增加用户选择。例如，我搜索了“显瘦”，平台给我推荐了几个关于显瘦的关键词。

考虑热词排序是综合展示结果。除了笔记数量外，“热词”的排序可能还与两个因素相关：用户主动搜索频率以及系统推荐的热度。

在搜索后，系统会根据搜索词进行算法匹配，并展示所有结果。如果关键词属于相关品类中较广泛的词汇，界面上半部分会有一些专门的标签词汇提供分类筛选功能。这种方式对于用户进行无目的搜索时的体验更好。同时，最热门的笔记会排在前面，展示形式和筛选条件都旨在缩小选择范围，帮助用户快速选择。

在选择关键词时需要注意以下几点：

- 1) 小红书的热搜推荐是平台短期流量内容的标志；搜索提示关键词和筛选热门是长期流量所在，来源于

小红书真实用户数据分析和总结。

2) 要优先选择竞争度小、流量大且比较精准的关键词，避免选择宽泛的关键词。

3) 学会反向推测关键词。确定笔记主题和关键词后，要反过来思考希望用户用哪些常见关键词能够找到自己的笔记。

4) 合理布局关键词在笔记标题、正文、话题、评论等位置，有助于笔记被收录和精准推荐。避免堆砌关键词，因为这样做会被系统判定为广告，长期操作会导致账号权重降低。

只有吸收小红书所有与品牌相关的搜索流量，才能实现品效合一的最佳效果。