

# 怎么在小红书做广告

产品名称	怎么在小红书做广告
公司名称	广州博辉网络技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广州市天河区灵山东路东英科技园
联系电话	13686810231 13750564677

## 产品详情

怎么在小红书做广告

可联系广告部Q：17722133

全天24小时服务T：137-5056-4677（微信同步）

李四

多年丰富的市场经验及把握各行业成功案例

2019年小红书开启商业化，微思敦作为小红书首批代理商之一，凭借多年的行业资深经验与专业实操技术，在小红书上积累了大量优质的信息流广告营销案例，以下为几个优秀案例集锦。

某母婴类电商品牌

产品介绍：客户是一款婴幼儿奶粉品牌。其母公司创建于1871年，迄今已有140多年的历史，在全球100多个国家赢得了相当高的声誉。

推广效果：CTR：1.5%，CPC：0.84元

投放策略：通过首图攻略、痛点、“卖点”来吸引用户，内容大部分都是干货，即使是广告部分的内容，也结合的很软，让大家觉得就是原生推荐。结合活动主题，提前和KOL确定写作方向，带动小红书用户参与活动。

某租房类品牌

产品介绍：客户产品是融合居住、办公、商业、社交等功能在内的多元化社区，主要推广租房，以高品质的居住环境吸引用户填写表单。

推广效果：表单成本30-40元

投放策略：首图采用的是空间感比较好的房间图片，文字用“一秒住进韩剧里”来吸引用户点击。落地页以“品质生活，共享社区”为主打，体现更适合年轻人居住的生活环境。

某电器类电商品牌

产品介绍：客户产品是小米生态链中的一员，以“更强、更轻、更小”为核心理念推出的吹风机，很好诠释了“颜值即正义”。

推广效果：CTR：2.96%，CPC：0.28元

投放策略：选择合作的KOL笔风与产品极简的冷淡风很合适，首图更是通过KOL使用产品的实景图片来吸引点击，直观表现产品的使用感受。笔记内部插入商品卡片，在笔记内部形成闭环，让用户种草的同时，能够一键拔草，提升ROI。

某滋补食品类电商品牌

产品介绍：客户产品从汉唐至明清一直都是皇家贡品。据史料考证，产品迄今已有3000年的历史，自古以来就被誉为“补血圣药”、“滋补国宝”。

推广效果：CTR：2.38%，CPC：0.39元

投放策略：产品投放期间，比较集中的产生了大量的笔记，中腰部的笔记占比较大，结合自身特质与阿胶的功效，不管是搜索广告还是信息流广告，都获得不错的点击率和曝光效果。品牌号的笔记比较官方，针对广告投放部分，主要承担了品牌露出的作用。

某中小学教育类品牌

产品介绍：客户产品创立九年来,累计辅导超过18万名全国学员,专注于为每个学生订制个性化教学方案。

推广效果：40-50元

投放策略：首图定向明确，初中数学，免费领取课程，避免无效点击。落地页比较简短，体现了在线上课，便利节省时间的课程优势，突出一对一辅导的产品特性，有效降低了成本。

某在线英语培训类品牌

产品介绍：客户产品是国内在线英语培训的领导品牌，外教均来自国际知名学府，为学员提供在线一对一口语培训。

推广效果：CTR：1.1%，CPC：0.89元

投放策略：主要投放的是信息流二跳笔记，笔记头图将活动明显展露，笔记标题作为广告文案，吸引用

户点击。笔记内容做成软广的形式，落地页力求简单，最终获客数量日益增多，成本也持续降低。

产品介绍：客户产品是中国知名专营燕窝的企业，专注燕窝20年，始终坚持质量就是生命的企业理念，专注于高品质燕窝的研究和经营，秉承匠心，只为成就一碗好燕窝。

推广效果：CTR：4.23%，平均CPC：0.33元

投放策略：每月不断输出大量kol素材，除了头部和腰部的笔记以外，素人的笔记也能带货。配合小红书电商类的活动，配套准备商品卡片和H5素材，吸引用户进行小红书内部购买。

某彩妆类电商品牌

产品介绍：客户产品创始于2016年，是近年非常火热的彩妆品牌稚优泉的子品牌。

推广效果：CTR：4.98%，CPC：0.29元

投放策略：采用中腰部博主作为品牌合作人，粉丝数量高，在小红书生态里较为权威，引起用户种草。信息流笔记增加产品曝光。在投放中，头图很重要，这篇笔记用口红试色作为首图，简洁但有亮点的标题，直达用户痛点，吸引点击。同时博主以往的笔记风格，和产品特征也比较类