

小红书种草笔记怎么做推广

产品名称	小红书种草笔记怎么做推广
公司名称	广州壹条珑信息科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广州市天河区汇彩路38号之二401房A385号（仅限办公）（注册地址）
联系电话	17722869918 17722869918

产品详情

小红书种草笔记怎么做推广

详情咨询广告部QQ739942137

项目陈总监

资深运营公司，市场多年运营经验

小红书怎么做推广

有了好的内容运营，我们还要学会做品牌推广，这样才能最大发挥种草优势。具体怎么做呢？

1、联动霸屏。

有一项研究表明，81%的消费者会因高频出现的内容而影响他们的购买决策。

例如，城外圈通过大数据分析、目标人群画像以及同行竞品词数据构思话题，从一个网红到几十个网红一起的「安利」，吸引各路KOL形成独特的UGC氛围，并同步推出粉丝互动活动，借助粉丝力量产生病毒式裂变。

通过联动霸屏实现全媒体覆盖之后，我们再把那些有效的、有价值的消费者给筛选出来，这个就是霸屏的意义。

2、明星KOL爆款推荐。

用户对KOL的长期性关注会让他们产生一种认同感。例如我发的那些笔记多了之后，有好多人来是私信问我关于电子产品或者数码产品的疑虑，他们认同我的理解，觉得我推荐的东西一定靠谱。

这种爆款推荐的策略不仅能够帮助品牌获得海量的曝光、高效的流量和特别良好的口碑，还能实实在在的收获销量转化。

3、红人种草测评。

用户阅读完红人发布的产品测评内容，会在评论区进行交流，慢慢的会建立起一种社交关系，这种社交关系是依靠了用户对网红的认同感而自发建立的。

这种方法，首先成本特别的低，我们只要把内容和评论维护好了，它会自发传播；第二是种草特别的容易，只要我们做好口碑和弄准定位之后，用户就会自己口口相传，这就是小红书平台所能够带来的一些优势。

小红书推广要注意什么

同样在小红书在推广，有的商家效果非常好，有的却效果寥寥，为什么差距这么大这么明显？在小红书推广要注意什么？

1、官方扶持的重要性

在小红书平台上，我们一定要跟平台做强绑定，因为官方扶持很重要。比如我们做了同样的内容，我们直接发，只能获得一个阶段基础的热门投放，但如果我们有了官方扶持，官方会给我们一些流量推荐，就很有可能会上热门。

我们作为MCN机构，会去跟小红书平台谈一个资源置换，小红书平台需要内容供应，它不可能自己做，它需要引入新鲜血液为它生产内容，而这些是我们擅长，我们可以给它提供想要的内容。

我们跟小红书平台资源置换要的是免费的广告位和各种曝光渠道，包括线下活动。

2、数据分析的重要性

对于广告投放，我们要做数据分析，这样我们才能知道我们投的东西值不值，选的IP对不对，做的内容有没有达到一个最大化的利用。

我们可以利用平台内的基础数据进行分析，比较直观的就是数据流量、粉丝关注和投放的平台时段怎么样；我们也可以对我们选的网红做一些数据分析，比如他的互动量是个什么样的。

对于这些数据，我们定期做一些整理分析，当我们发现问题的时候，我们就可以及时调整，而如果我们不做数据监测，我们的投放一做就是半年的，可能就白做了，所以数据分析最重要的意义就是及时调整。

我们种草就是为了带货，如果不给自己定一些最基础的KPI，就可能是在纯烧钱，所以我们要给自己定KPI，给我们要签的那些网红和机构定KPI，给他们施加压力，让他们把自己的内容做的更精准，最终可以把货给卖出去。

小红书种草的误区

很多人看到了小红书种草的好处，也纷纷开始在小红书的运营，但做的好的却不多。这是因为他们犯了这几点错误：

1、内容吸引力和实用性不足；

2、小红书号定位调性不清晰。如果没有机构的培养和孵化，素人账号发的内容会比较乱，他的定位会比较模糊，找到自己的调性可能会有点难；

3、关注的用户群体不匹配。如果没有机构介入，我们很难去做好一些精准匹配，我们筛选到的IP不一定通用；

4、广告植入生硬、笔记曝光量低。

小红书操作误区怎么解决

针对以上这四点问题，我们怎么解决呢？

1、小红书号人格化。

我们运营小红书账号，一定要有一种人格化的属性，我们看起来得像是个真人，我们发的内容不要是很官方、很专业的，要像个素人，要让用户感觉真实，这是一个人格化的属性。

2、适当的做一些营销互动，增强跟消费者之间的亲密感。

当我们有了大量的IP之后，我们一定要定期举办一些活动，选至少十个以上的IP去参加活动，做到类似于之前说的联动霸屏。我们做了营销互动之后，不仅产品内容曝光的几率会提高，而且还能加强消费者跟IP之间的亲密感。

3、与消费者保持紧密的联系，及时反馈。

消费者在被种草后，购买并用过产品，他们一定会提出自己的消费意见，第一种是给产品的反馈，希望产品可以进行改进，第二种是使用笔记，希望更多人可以使用这个产品。而我们要做的很简单，把这些内容都记下来，最后整理并发出来，要让粉丝们知道我们在时刻关注他们，我们很在意他们的想法。

4、为消费者策划一些惊喜，建造利益关系。

这点跟微博抽奖很像，我们可以举办一些线下的活动，给现场的粉丝送礼品，多建造一些利益关系，因为只有我们给消费者实实在在的利益，他们才会去长时间的依赖我们，我们要用利益去绑定粉丝们。

5、笔记内容定位更准确，更高质，找准目标消费群体。

小红书种草要注意什么

在小红书种草的过程中，有五大原则需要注意：

1、圈层传播：“人以群分”，抓准眼球的信息在同个圈层内的传播速度会更快，能激发“受众——受众”的自传播。

2、真实：真实是永远的套路；种草内容是关键，要让粉丝们相信是KOL用了以后真心推荐，那KOL的内容怎样才是真实，第一是亲自体验产品，第二是发自内心的使用心得，产品测评。

3、带货节奏：新品上市站内外节奏全打通；控评引导转化，监督舆论走向，在每一个阶段投放出适合的内容，多维评论内容引发共鸣。

4、有始有终：做好各平台露出，关联电商关键词搜索，让用户看到标题与关键词然后能搜索到产品，展现遍地种草效果。

5、SEO（搜索引擎优化）：做好总结和及时复盘，每一天投放后及时与客户沟通统计看电商搜索量数据，再反推KOL的推广效果。包括账号类型选择，发布时间是否合适，发布内容是否种草，KOL的推广效果，从而选出下一轮的种草种子账号。

在信息大爆炸的数字营销时代，产出优质内容是决定种草成效的重要一环。

基于产品特性，结合消费者爱看爱买内容的特点，产出精细化、定制化内容，才能俘获消费者的心智，成功种草。

在这样的背景下，做好小红书推广几乎就等同于为品牌开辟了一片新的流量蓝海。