

# 小红书新人培训手册

# 目录

1、小红书运营小组架构组成

2、KOL都有哪些类型

3、如何挑选出优质的KOL

4、如何联系到KOL

5、KOC都有哪些类型

6、KOC该如何招募?

7、项目执行流程问题集锦



01

# 小红书运营小组 架构组成

# 小红书运营小组架构组成



**Before:** 每个运营小组有2-3名员工组成  
具体成员为:PM(项目经理)、执行负责人、运营

**after:** PM接手项目，由1-2名运营支持  
具体成员为:PM(项目经理)、运营

## ★ PM(项目经理)

工作职责:

- 1.负责项目执行中所有对外的工作，包括不限于: 梳理brief, 制作timeline, 制作结案报告, 提交各种项目流程(请款, 立项, 合同)
- 2.负责内部执行最后一遍审稿, 反馈品牌修改意见。
- 3.根据品牌反馈及时调整执行中遇到的问题。

## ★ 执行负责人/运营

工作职责:

- 1.负责项目执行中所有对内的工作，包括不限于: 寻找并筛选博主和素人, 对接博主, 整理笔记发布, 数据整理
- 2.负责内部执行第一遍审稿, 沟通博主修改稿件。
- 3.协助pm沟通处理执行中遇到的问题





# 02

## KOL都有 哪些类型

# 什么是KOL?

博主根据粉丝量级分为：

**头部博主**

**肩部博主**

**腰部博主**



**头部博主：**

粉丝量一般在30w以上

要求平均互动在700以上



**肩部博主：**

粉丝量一般在10w以上

要求平均互动在300以上

(根据品牌需求，可以按照粉丝量级区别博主，也可按照项目预算博主报价区别量级)



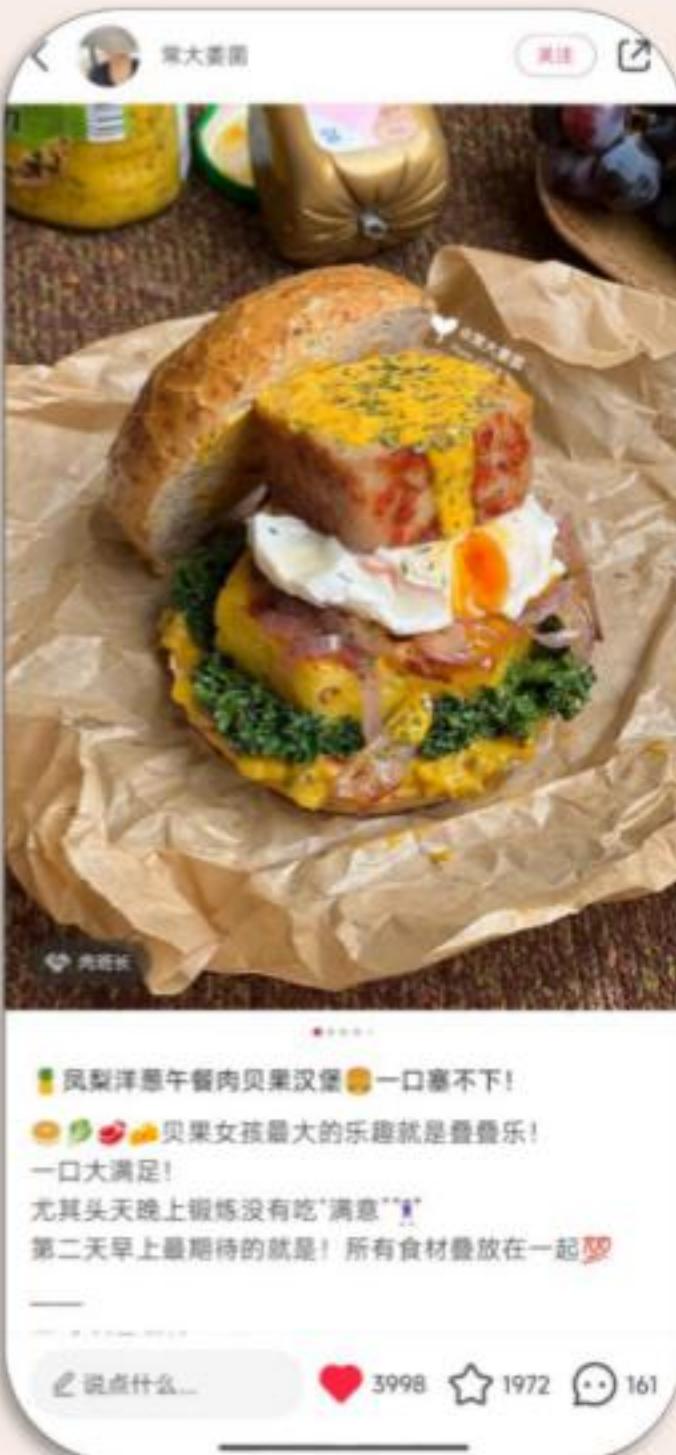
**腰部博主：**

粉丝量一般在1w以上

要求平均互动在150以上

# 什么是KOL?

博主根据类型分为：美食、零食、家居、美妆、时尚、母婴、好物分享、健身...



## 美食博主：

优点：曝光高、互动好、图文质量好  
缺点：价格略贵



## 零食博主：

优点：提及率高、价格相对便宜  
缺点：数据不稳定



## 家居博主：

优点：数据稳定，图文高级  
缺点：价格高、软植入

# 什么是KOL?

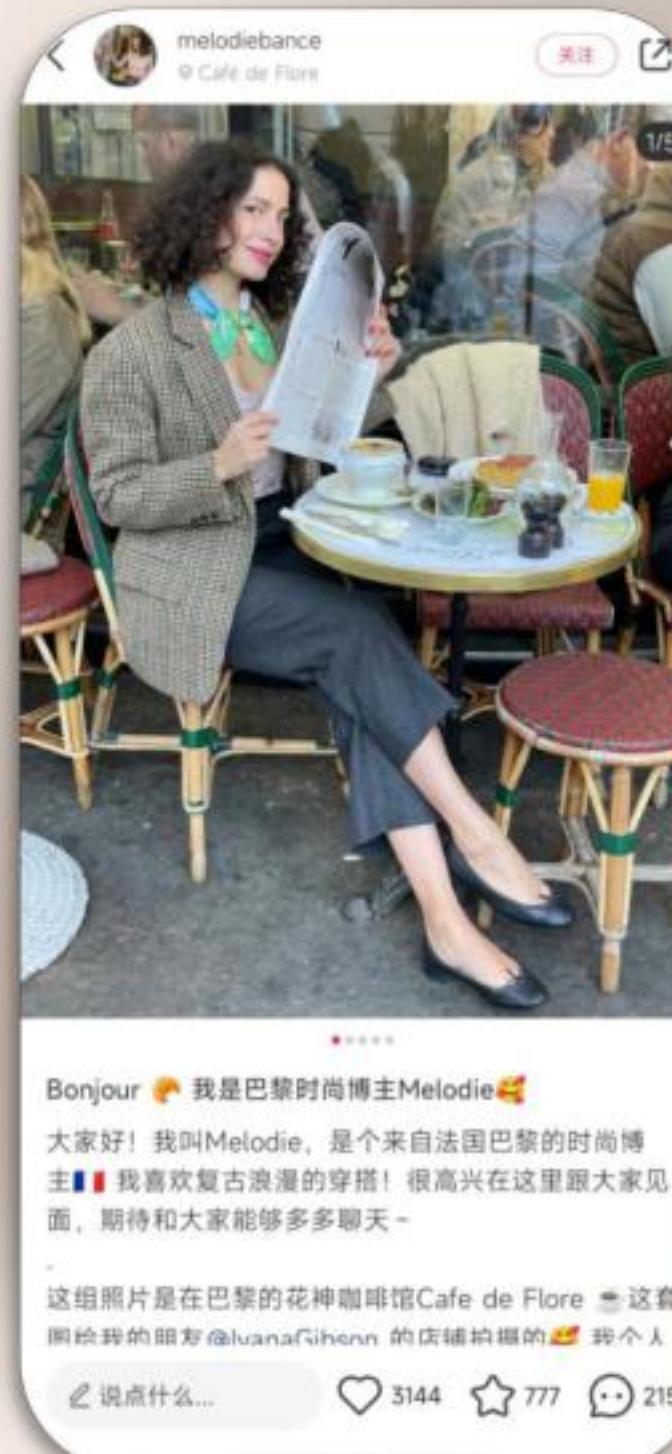
博主根据类型分为：美食、零食、家居、美妆、时尚、母婴、好物分享、健身...



## 美妆博主：

**优点：**数量多、价格便宜

**缺点：**水号多，优质账号少



## 时尚博主：

**优点：**图文质量高、颜值高

**缺点：**价格贵、数据不稳定



## 母婴博主：

**优点：**数量多，价格便宜

**缺点：**数据差，账号比较水

# 什么是KOL?

博主根据类型分为：美食、零食、家居、美妆、时尚、母婴、好物分享、健身...



好物分享博主：

优点：数量稳定，爆文率高  
缺点：植入较软



健身博主：

优点：数据稳定  
缺点：价格贵、数量少



vlog博主：

优点：数据稳定  
缺点：提及率低，难沟通



03



# 如何挑选到 优质的KOL

# 如何挑选到优质的KOL?

挑选优质博主可分为以下9个维度：

平均阅读数、平均互动率、评论质量、笔记删除数、粉丝画像、粉丝活跃度、涨粉趋势、图文质量、赞藏比例（赞藏/粉丝数）、蒲公英后台  
千瓜后台

**图文质量**是否优秀是判断一个博主是否优质的基本要求

**优质案例：**  
图片高清干净  
风格统一  
拍摄光线自然  
背景不杂乱  
构图合理



**不太ok案例：**  
花字不协调  
构图简单  
拍摄光线暗  
封面、背景杂乱  
随手po

# 如何挑选到优质的KOL?

平均阅读数可以判断一个博主数据的**真实性**

笔记表现 签名案例 粉丝分析

笔记数据  
数据概览

日常笔记 合作笔记

阅读量中位数 ① 互动率 ①  
17,062 8.9%  
超越 21.3% 同类博主 ① 超越 72.4% 同类博主

发布笔记 32篇 笔记类型 美食、医疗健康

真实数据：

总互动过干，平均阅读数在1w左右，这个数据是正常的



笔记数据

日常笔记 合作笔记

阅读量中位数 ① 互动率 ①  
521 7.9%  
超越 56.7% 同类博主 ① 超越 32.3% 同类博主

中位点赞量 9  
中位收藏量 4  
中位评论量 2

发布笔记 61篇 笔记类型 美食、医疗健康

卡卡减肥美食

1/5

感觉这么多年的鱼都白吃了！这样做又鲜又嫩。  
今天分享一道清蒸鳕鱼！  
鳕鱼又鲜又嫩！鱼汁炒下饭！  
做法巨巨简单！看手就会！  
爱吃鱼又讨厌鱼刺的宝可以选择它！

说点什么... ❤️ 647 ★ 672 🗑 9

虚假数据：  
总互动过干，评论过少，平均阅读数在500+，数据肯定  
是不正常的，各个领域都会出现虚假数据

# 如何挑选到优质的KOL?

数据稳定情况可以预估博主的推广效果



## 优先选择：

点赞基本平稳在500+的，需要参考博主的近期数据情况，数据稳定，大概率不会翻车



## 次要选择：

点赞数据不稳定，偶尔有爆文，翻车几率比较大，不作为优先选择

# 如何挑选到优质的KOL?

评论质量可以判断博主的种草效果



优先选择：

博主积极回复粉丝评论，且评论大多为低粉丝量真实粉丝的优先选择



次要选择：

博主回复评论较少，且评论大多为kol互暖评论，作为次要选择

# 如何挑选到优质的KOL?

笔记删除数可以辅助判断博主的数据稳定情况

达人分析 笔记分析 **HOT** 投放评估 粉丝分析 推广分析 **NEW** 直播分析 多平台相关账号

3天 7天 30天 90天 **180天** 开始日期 至 结束日期

笔记类型: 全部(137) 图文(137) 视频(0) 商业笔记: 全部(137) 非商业(137) 商业(0)

笔记分类: 全部(137) 减肥餐教程(107) 未知(22) 养生食疗(3) 美食教程(3) 减肥经验(1) 家居用品(1)

更多筛选:  屏蔽已删除或隐藏的笔记(33)  只看博文(21, 爆文率15.33%)

**数据概览** 更新时间: 2022-06-10 17:04:13

笔记篇数 104	预计阅读总数 129.40万	点赞总数 8.58万	收藏总数 6.15万	评论总数 1,608	分享总数 5,518
粉丝平均赞腐比 5.24%	平均数 1.24万 中位数 3,555	平均数 825 中位数 251	平均数 591 中位数 179	平均数 15 中位数 8	平均数 53 中位数 14

达人分析 笔记分析 **HOT** 投放评估 粉丝分析 **NEW** 推广分析 直播分析 多平台相关账号

近7天 近30天 **近90天** 近180天 开始日期 至 结束日期

**新增数据**

新增粉丝 <b>919</b> ② 同比平均 高 704.12%	新增点赞 <b>2.75万</b> ② 同比平均 高 3038.3%	新增收藏 <b>1.51万</b> ② 同比平均 高 3816.89%
新增笔记 <b>31</b> ② 推广笔记 10 篇	新增评论 <b>1,004</b> ② 同比平均 高 1781.57%	新增分享 <b>319</b> ② 同比平均 高 1126.94%

如果笔记已删除过多的情况出现，说明博主的数据还是存在不稳定的，这种还是需要慎重选择的

查看近一个月的涨粉趋势

# 如何挑选到优质的KOL?

粉丝活跃度可以辅助判断博主的种草效果；粉丝画像可以判断博主的粉丝是否适合产品





# 04

# 如何联系到KOL?

How to contact



# 如何联系到KOL?

联系博主可分为以下5个渠道：

邮箱联系、供应商刊例、小红书私信、小红书账号、博主内推



其中邮箱联系是最通用的方法

hi 我们这里是【北京艺言九鼎广告有限公司】

最近有关注到您的笔记内容非常优质，与我们合作的品牌产品调性极为契合

想要与您合作~期待您的回复哦

VX: XXX

品牌: XXXX

产品: XXXX

档期: XXXX

产品链接:XXXX

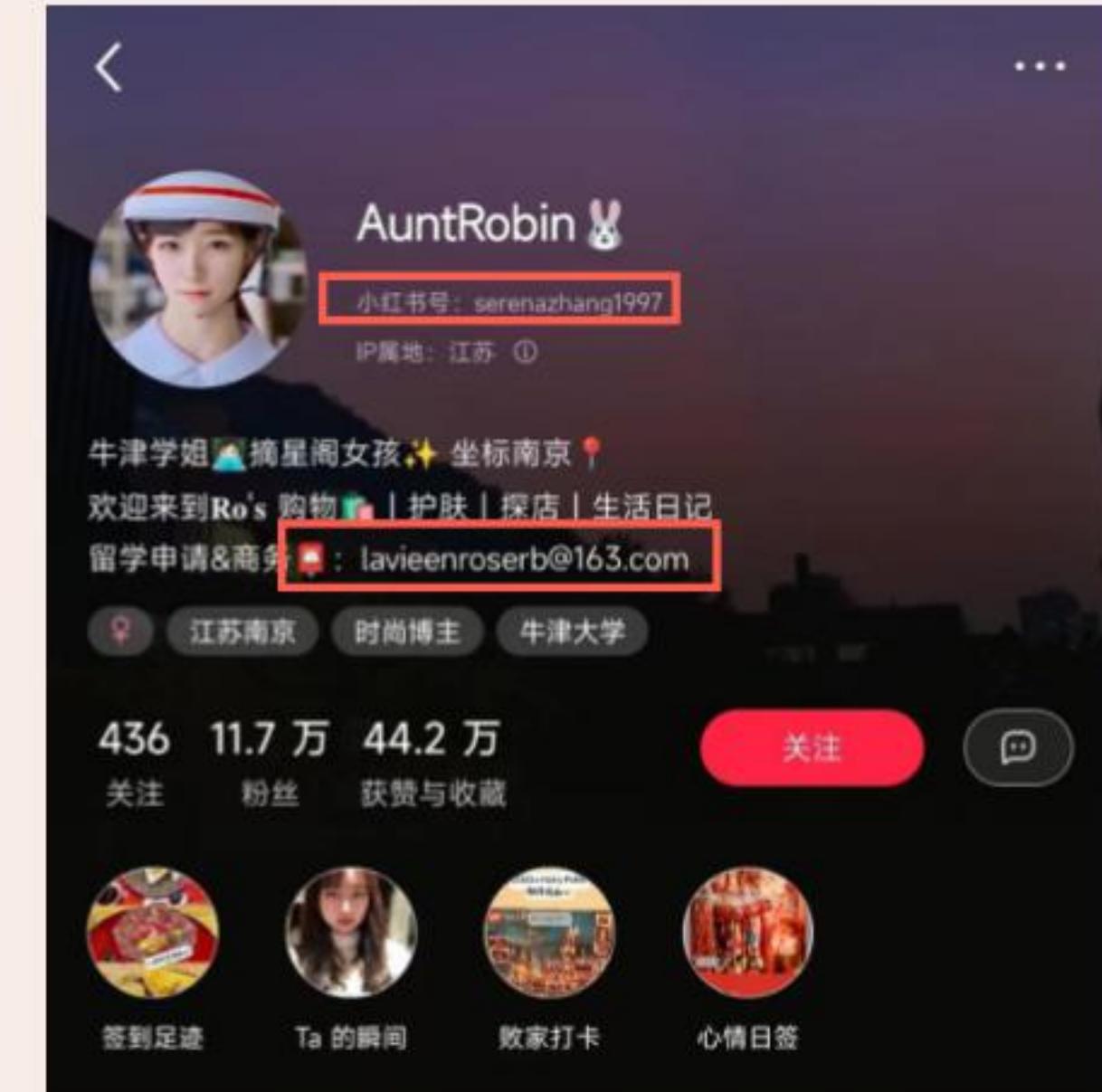
通用话术

副本副本Heypop文  
化 6月刊例.xlsx

1M



MCN商务询问当月刊例



主页有邮箱的直接发合作邮件即可  
没有邮箱的可以尝试加下小红书账号

# 如何联系到KOL?

每家供应商刊例都有自己的领域特点



## 众灿互动

博主资源库大；美妆护肤类博主较多，价格合适，可对私；全平台资源都有



## 摘星阁

主打高颜值的年轻时尚博主，适合高颜值、少女心的产品



## 二咖传媒

独家博主、大博主比较多，全平台打包的形式做的多，以报备为主



## 鹿鸣社

以穿搭、美妆类博主作为主要资源，按地区分类有线下探店价格，价格略贵

# 如何联系到KOL?

一天只有**3次**小红书私信机会！但！建议不用！

私信禁言通知

亲爱的小红薯，系统检测到近三个月内你存在多次违规商业招揽行为，违反了社区规范，帐号私信将被禁言30天。自首次违规起三个月内若再次违规，帐号将被持续禁言30天。如有疑问，可点击下方按钮进行申诉。



薯队长

我要申诉



严重的还会被封号

02-22 18:23

肉食无远谋  
班心公定可  
长腰雪不如  
合即海上鸥  
作计寻山径



藏头诗也不可以了



# 05

## KOC都有哪些类型？



# 什么是KOC?

素人根据粉丝量级和图文质量分为**优质KOC**和**普通KOC**





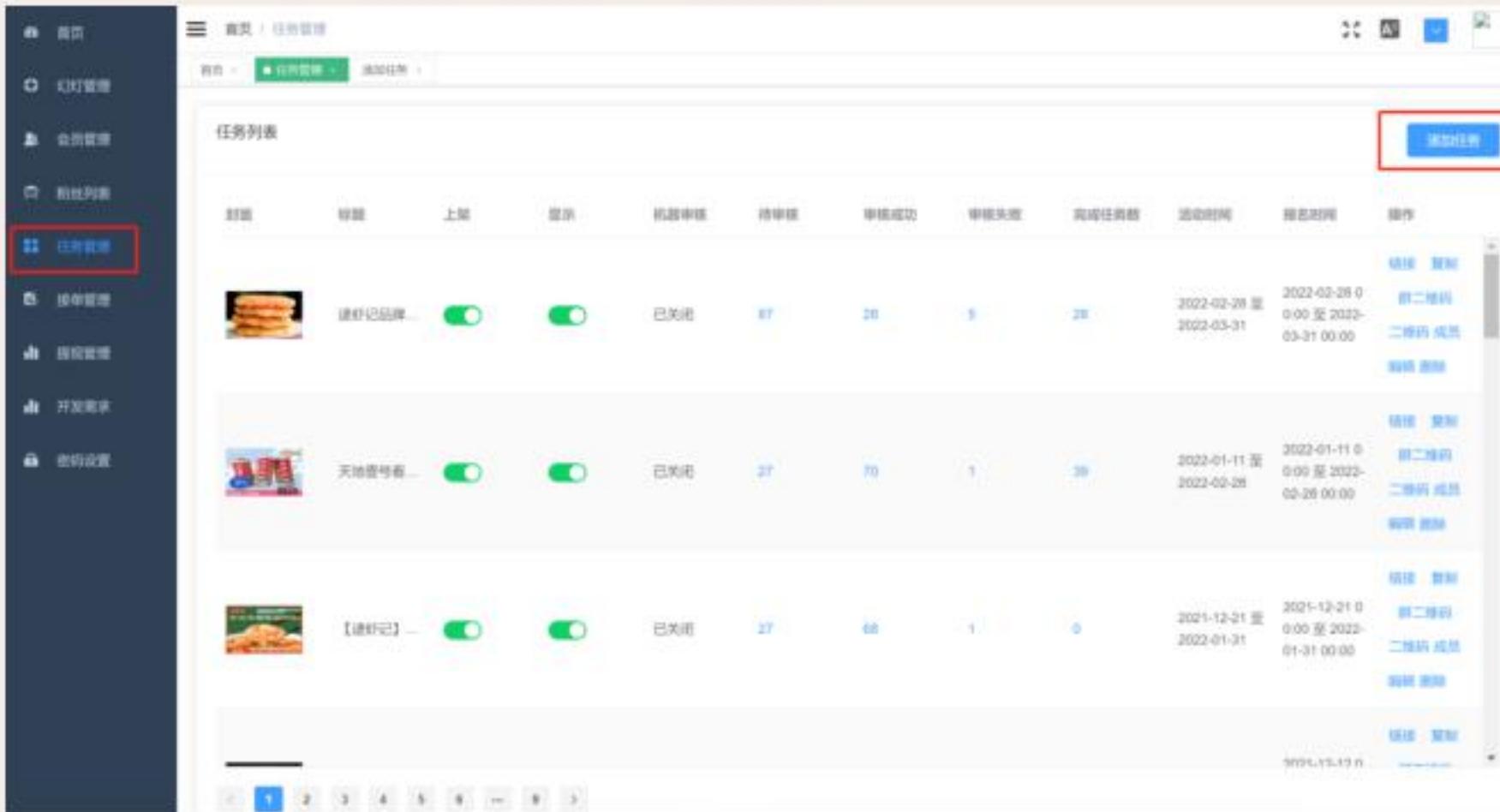
# 05

## KOC该如何招募？

普通KOC招募可以分为6个渠道：

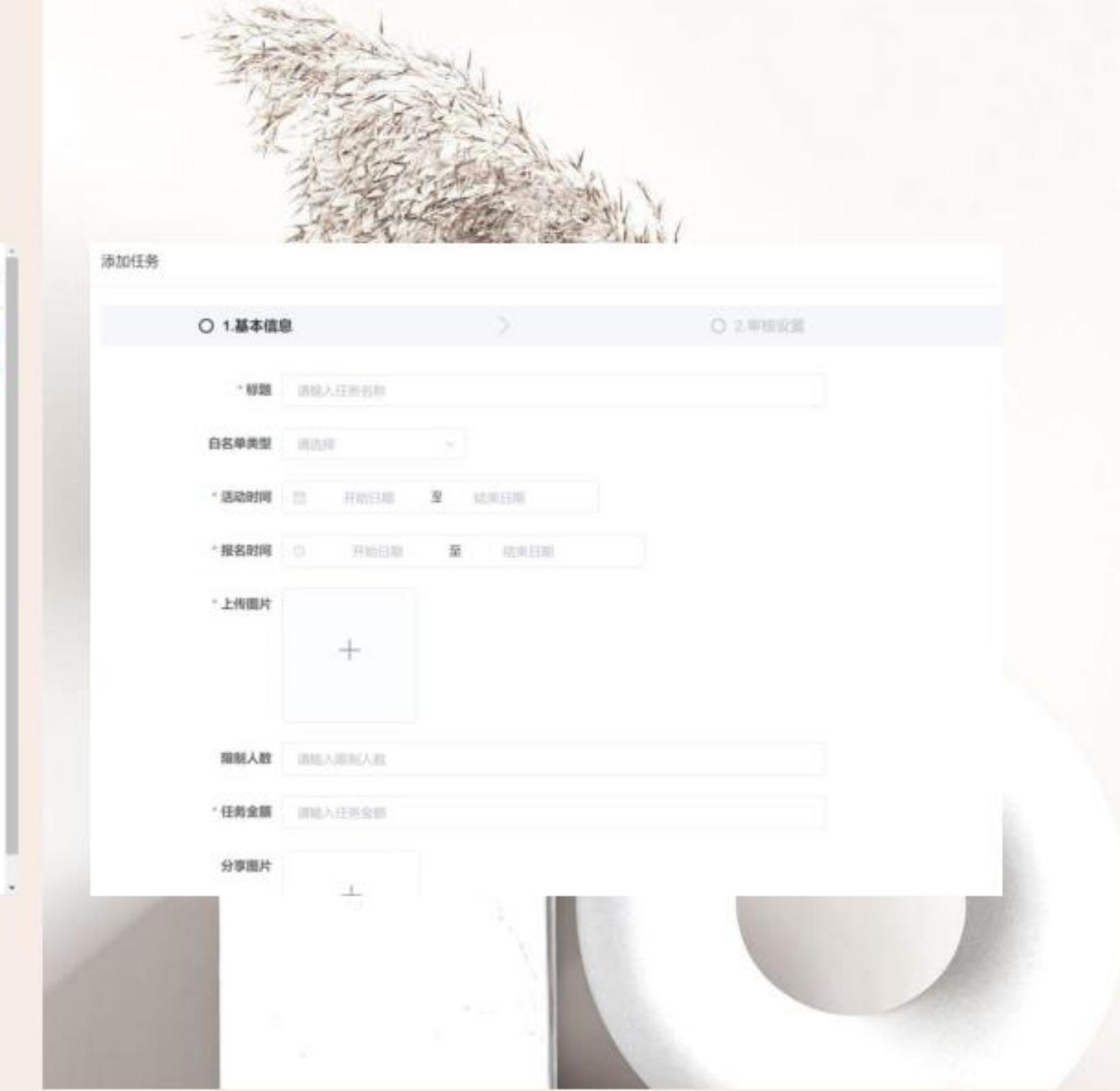
**后台招募、工作号手机招募、供应商、素人通告群招募、朋友圈招募、小程序招募**

### 1、点击任务管理-添加任务-填写任务基本信息



任务列表

封面	标题	上架	提现	机构审核	待审核	审核成功	审核失败	高佣任务数	活动时间	报名时间	操作
	进阶记品牌...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	已关闭	87	20	5	28	2022-02-28 至 2022-03-31	2022-02-28 0 0:00 至 2022- 03-31 00:00	<a href="#">编辑</a> <a href="#">复制</a>
	天地壹号...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	已关闭	27	70	1	39	2022-01-11 至 2022-02-28	2022-01-11 0 0:00 至 2022- 02-28 00:00	<a href="#">编辑</a> <a href="#">复制</a>
	【进阶记】...	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	已关闭	27	66	1	0	2021-12-21 至 2022-01-31	2021-12-21 0 0:00 至 2022- 01-31 00:00	<a href="#">编辑</a> <a href="#">复制</a>



添加任务

① 1. 基本信息 > ② 2. 申请设置

\* 标题: 请输入任务名称

\* 白名单类型: 请选择

\* 活动时间: 选择 开始日期 至 结束日期

\* 报名时间: 选择 开始日期 至 结束日期

\* 上传图片:

\* 限制人数: 请输入限制人数

\* 任务金额: 请输入任务金额

\* 分享图片:

# 🦋 KOC该如何招募?

## 2、填写任务基本信息（案例）

The image shows a user interface for creating a task. It includes input fields for title, activity time, registration time, upload picture, limit number of participants, task amount, share picture, and a description section with a rich text editor.

**标题：XX品牌XX产品素人发布任务**

**活动时间：创建日期--发布截止日期**

**报名时间：创建日期--发布截止日期**

**上传图片：产品图片**

**任务金额：60(直发)+30(看图写文)**

**介绍案例：【问童子】可爱猪猪代发任务**

**图片高质量，按照brief和图片写文案，需要保证收录**

**任务简单 扫码报名！！**

**小红书粉丝1k-1w粉丝！速来**

**费用30/人**

**一周内可以出稿子!!**

**保证按时交稿不脱稿的优先!!**

**其余的根据情况，一般不用填!**

# KOC该如何招募?

## 2、填写任务基本信息（案例）

报名标准

粉丝数区间  -

赞赏与收藏数大于等于

发布文章数大于等于

发布笔记标准

关键词

禁止出现关键词

禁止关键词

第一 奇妙 特级 顶级 最 立刻见效 种草 推荐 宣利 微信号 淘宝  
纯天然 无法加

编辑 删除

发布时间

笔记总字数大于等于

人脸照片数大于等于

**粉丝区间：300—10000**

**赞藏数大于等于：600**

**发布文章数大于等于：10**

**其余的根据情况，一般不用填！**

# 鹏 KOC该如何招募?

## 3、上传群二维码+下载任务二维码



我们先需要创建一个**koc执行群**, 保存二维码, 在群二维码上传即可。  
二维码需要我们把**项目二维码**下载下来, 用来进行朋友圈招募等工作。  
招募形式参考左图:

# 鹏 KOC该如何招募?

## 4、筛选KOC

The screenshot shows a task management interface with a sidebar containing '幻灯管理', '会员管理', '粉丝列表', '任务管理' (highlighted with a red box), '接单管理', '提现管理', '开发需求', and '密码设置'. The main area is titled '任务列表' and displays two pending review tasks:

封面	标题	上架	显示	机器审核	待审核	审核成功	审核失败	完成任务数	活动时间	报名时间	操作
	问题子奋斗插	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	已关闭	<span style="border: 1px solid red; padding: 2px;">6</span>	20	0	20	2021-10-28 0 0:00 至 2021-11-01 0:00	2021-10-28 0 0:00 至 2021-11-01 0:00	<a href="#">链接</a> <a href="#">复制</a> <a href="#">二维码</a> <a href="#">生成</a> <a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>
	大味实场-不...	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	已关闭	7	107	0	57	2021-10-25 0 0:00 至 2021-11-30 0:00	2021-10-25 0 0:00 至 2021-11-30 0:00	<a href="#">链接</a> <a href="#">复制</a> <a href="#">二维码</a> <a href="#">生成</a> <a href="#">编辑</a> <a href="#">删除</a>

点击任务管理→找到待审核→点击待审核下面的数字

The screenshot shows a list of KOC报名 entries with columns: 序号 (序号), 会员 (会员), 白名单 (白名单), 品牌合作人 (品牌合作人), 能否走接单 (能否走接单), 微信号 (微信号), 粉丝 (粉丝), 签名数量 (签名数量), 赠与收藏 (赠与收藏), KOL溢价 (KOL溢价), 富丽推荐 (富丽推荐), 参与/完成 (参与/完成), 自动审核 (自动审核), 状态 (状态), 报名时间 (报名时间). The status column shows '待审核' for most entries.

序号	会员	白名单	品牌合作人	能否走接单	微信号	粉丝	签名数量	赠与收藏	KOL溢价	富丽推荐	参与/完成	自动审核	状态	报名时间
1	UID:2846	设置白名单 否	否	否	memeleafk	1060	129	2887		查看	参与:46 完成:22	待审核	2021-10-28 13:23:44	
2	UID:17959	设置白名单 否	否	否	18438620136	1690	251	11126		查看	参与:35 完成:17	待审核	2021-10-28 12:38:32	
3	UID:369	设置白名单 否	否	否	707130237	5299	0	10797		查看	参与:7 完成:2	待审核	2021-10-28 11:43:11	
4	UID:27872	设置白名单 否	否	否	ssicaouni	2038	303	11263		查看	参与:34 完成:23	待审核	2021-10-28 11:33:11	

可以看到所有报名的KOC→点击[小红书链接](#)筛选出符合要求的KOC→符合要求的点击[审核通过](#) (完成招募工作)

# KOC该如何招募?

## 5. 收尾工作 (给收录的KOC结款)

待审核

已收货

已驳回

待审核

更新小红书笔记

【肉班长】牛餐肉

时间

收单

参与完成

标记

点击接单管理-搜索自己创建的任务名-点击待审核

全部

待发货

待收货

已收货

待审核

已驳回

审核失败

选择任务

更新小红书笔记

导出

导出待发货

导入发货

导出图片

序号

单号

快递号

笔记信息/发布时间

收录

参与/完成

标记

订单状态

笔记状态

机器审核状态

接单时间

操作

8 19040 VA51010 复制笔记内容 19040 75035 308322 2019-04-03 17:49:29

19042 42005 4846 复制笔记内容 19042 42005 4846 2019-06-10 11:27:27

查询

待审核

正常

审核失败

2019-04-03 17:50:35

详情 笔记链接  
物流信息 删除

9 19042 42005 4846 复制笔记内容 19042 42005 4846 2019-06-10 11:27:27

查询

待审核

正常

审核失败

2019-04-28 14:20:05

详情 笔记链接  
删除

可以看到所有提交笔记链接的KOC-点击笔记链接检查笔记是否正确 (文案、图片、话题、首图) -点击审核通过即可完成结款动作

# 鹏 KOC该如何招募？

有两个小程序都可完成招募：红通告、螃蟹通告（需认证）



按照要求填写任务需求即可，提前保存群聊二维码及产品图片，需要注意的是这两个平台都不支持代发、看图写文字眼的招募，可用首字母代替：df、ktxw，达人都能看懂





# 如何检验笔记是否收录

Whether to include



1. **最常用的方法：搜索品牌关键词（产品名），点击最新来查找博主笔记。**
2. **最准确的收录方式：使用非笔记发布者的账号，通过搜索完整笔记标题，点击最新，来判断是否收录**

PS：会经常遇到笔记没有收录的情况，有一部分原因是账号权重太低，导致笔记排名靠后，所以要有些耐心的多发几十页。另外，因为系统处理众多的用户笔记也需要时间，所以如果是刚发布的笔记搜不到也是很正常的，可以过一段时间再尝试，一般是在审核通过1—2个小时之内能够查到。



06

# 项目执行流程 问题集锦

# ↗ 博主确认后需要我们做什么？

1. 沟通博主确认具体的初稿日期及发布日期
2. 沟通是不是可以投放薯条、笔记是否可以置顶、修改次数、是否可以授权到企业账号。

## 3. 确认博主地址

以上沟通的内容更新到内部的石墨文档上

5. 给博主发brief
6. 按时催促初稿并配合修改审阅稿件
7. 笔记发布后运维（第一时间评论区做置顶引导、发布7天后文案编辑上品牌名及其卖点）
8. 整体笔记链接，及时更新数据。

The screenshot shows a Shimo document interface with a table titled '内容规划下的博主矩阵' (KOL Matrix under Content Planning). The table has columns for '博主类型' (Blogger Type), '内容方向' (Content Direction), '形式(图文/视频)' (Form (Text/Images/Videos)), '类型(单推/合推)' (Type (Single Push/Co-push)), '序号' (Number), '类型' (Type), '执行达人' (Execution Expert), '执行情况' (Execution Status), '评论引导置顶' (Comment Guide Top), '授权品牌官方小红书账号' (Authorized Brand Official Red Book Account), '社群/多平台同步' (Community/Multi-platform Sync), '笔记置顶' (Note Top), '姓名' (Name), and '电话' (Phone). The table contains 17 rows of data, each detailing a specific KOL collaboration plan.

内容规划下的博主矩阵										情况				
博主类型	内容方向	形式(图文/视频)	类型(单推/合推)	序号	类型	执行达人	执行情况	评论引导置顶	授权品牌官方小红书账号	社群/多平台同步	笔记置顶	姓名	电话	
好物分享	ins风格植入	变化多种造型姿势开箱拍照玩法	图文	单推	1	腰部KOL	theParis	已发布	是	是 免费 南艾特博主	否	否	谢先生	15627554899
好物分享	搭配头像	搭配头像+优惠展示	图文	单推	2	腰部KOL	有喜识礼传媒	已发布	是	是 免费 南艾特博主	否	是	白饼饼	19072649951
好物分享	手作	奋斗猪手机壳+优惠展示	图文	单推	3	腰部KOL	Xxxx炫炫酷酷	已发布	否	是 免费 南艾特博主	是 批量	否	姚姐	17543027215
时尚博主	玑玑质感	拍照或者拍摄表达情绪	图文	单推	4	腰部KOL	不吃苹果梨	已发布	否	否	否	否	李晴	18256147977
时尚博主	玑玑质感	拍照或者拍摄表达情绪	图文	单推	5	腰部KOL	cassie	已发布	否	是 免费三个月	否	否	草鞋	18277788892
好物分享	手作	黏土制作	视频	单推	6	腰部KOL	kengjiao_	已发布	是	是 免费 南艾特博主	是 批量	否	康佳琪	18757817893
好物分享	玩偶进阶	玩偶场景照	图文	单推	7	腰部KOL	TroubleBlue7	已发布	否	是 免费 南艾特博主	否	否	蓝蓝	15730103508
好物分享	玩偶分享	时尚圈玩偶分享	视频	单推	8	腰部KOL	黑白白	已发布	是	否 转发1000元	否	否	黑白白	18609647572
好物分享	手作	黏土制作	图文	单推	9	腰部KOL	吃一颗焦丸	已发布	是	是 免费 南艾特博主	否	数据好可以	自行下单	
好物分享	头像	手绘图+玩偶图	图文	单推	10	优质KOC	天天都想吃萝卜	已发布	是	否	否	否	莲蓬三太子	15558504066
好物分享	培西	培西+玩偶合照图	图文	单推	11	优质KOC	LaRryLai	已发布	是	是 免费 南艾特博主	否	否	刘野心	18328671030
好物分享	同款进阶	玩偶场景照	图文	单推	12	优质KOC	Four2_	已发布	是	是 免费 南艾特博主	否	否	圈圈	17507640402
好物分享	黏土制作	黏土+玩偶合照图	图文	单推	13	优质KOC	Sailor Moon	已发布	是	是 免费 南艾特博主	是 批量, 微博	否	黄小姐	13751796086
好物分享	玩偶创意玩法	自制衣服	图文	单推	14	优质KOC	JULIA_	已发布	是	是 免费 南艾特博主	否	否	许贞贞	13616019069

石墨文档案例分享：<https://shimo.im/file-invite/QXPsR-f-CdQpV4ZNv6/> Zoë 邀请您协作《【内部】问童子10月小红书推广》，点击链接开始编辑



# 笔记数据该如何优化?



## 跟博主沟通笔记置顶

一般适用于博主笔记数据没有特别好的情况，通过置顶来提高曝光量，优化数据。



## 跟博主沟通投放薯条

一般适用于博主笔记自然流量比较好，通过薯条来追加曝光，从而达到爆文的效果。自然流量不好的也可以尝试用薯条挽救一下，投薯条前需要把文案关于卖点和品牌词全部去掉。



# 薯条工具是什么？

1. 薯条是小红书官方的一个**购买流量**的工具，可以参考抖音的dou+，微博的热门。

2. 薯条价格根据手机型号来分：安卓(100元=1000薯币)苹果(148元=1024薯币)

改版后的薯条曝光量需5000起，需要750薯币，对应人民币安卓75元；苹果105元

3. 薯条投放通常3种形式：



视频：视频播放量

图文：笔记阅读量

点赞收藏量

粉丝关注量

通常来说，我们会选择 **点赞收藏量** 来提高博主笔记数据  
其次就是选择 **笔记阅读量** 来提高笔记的曝光  
时间一般选择 **12小时**，启动时间一般是在下午 5-6点 左右  
推广人群默认 **系统智能推荐**，具体情况实时调整。

# ✿ 薯条什么时候可以进行复投？

通常会根据薯条数据的**互动率（总阅读/互动）** 和**点击率（阅读/曝光）** 来判断是否复投

The image displays two side-by-side screenshots of a mobile application interface, likely a social media or marketing platform, showing campaign performance details.

**Screenshot 1 (Left): Order Details**

- 推广完成:** Includes a thumbnail image of a dish and the caption "为啥超市不卖这种肉肠啊！太太好吃了..." followed by "兔子不吃胡萝卜" with a carrot emoji.
- 实时数据:**
  - 推广目标数据:** 点赞收藏量 **508**, 曝光量 **6.4 w**.
  - 新增互动转化:** 笔记阅读量 **1.1 w**, 点赞数 **348**, 收藏数 **160**; 评论数 **40**, 主页浏览 **150**, 新增关注 **2**.
- 推广者:** 兔子不吃胡萝卜

**Screenshot 2 (Right): Data Details**

- 实时数据:**
  - 推广目标数据:** 点赞收藏量 **61**, 曝光量 **5,160**.
  - 新增互动转化:** 笔记阅读量 **377**, 点赞数 **26**, 收藏数 **35**; 评论数 **1**, 主页浏览 **13**, 新增关注 **1**.
- 推广者:** 粗腿儿的巨小蟹
- 推广方式:** 内容加热
- 预估曝光:** 5000
- 期望提升:** 点赞收藏量
- 支付方式:** 薯币钱包
- 订单金额:** 750薯币

**底部按钮:** 返回主页 (白色) 和 再次推广 (红色)

官方大盘的数据一般**互动率要 3% 以上，点击率 5%**以上才可以复投。但是我们以往的数据表表示：**互动率需要大于 6%，点击率大于 15%，以 500 薯币为例，总互动至少大于 50 才可以，阅读量至少要在 750 以上才可以。**



# 报备博主该如何下单？

- 1.首先确定博主是否是品牌合作人
- 2.确定好金额之后登陆小红书蒲公英平台，通过biz系统成本侧下单请款，帮助博主下单  
(请款金额=博主下单金额\*1.1，需要把服务费同时请出来)
- 3.合作品牌注意不要选成艺言九鼎（需要写合作品牌的品牌名），期望发布时间为预期时间，可以不跟博主实际发布时间一致，如果后续有投放信息流的准备，要勾选希望该笔记作为广告素材。  
(投放信息流具体要求要根据后台审核来看，但是视频有bgm的一定要在文案案中标出bgm:xx 作者:xx)

品牌合作

合作人信息	合作类型	合作价格	操作
<input checked="" type="checkbox"/>  君君辅食记 Lv2 优效	视频笔记	¥24000.00 开启优效可保曝光33.5W	<input type="button" value="已选合作(1)"/> <input type="button" value="合作金额"/> ¥24,000 <input type="button" value="平台服务费"/> ¥2,400 <input type="button" value="总计金额"/> ¥26,400

已添加 1 项 已选中 1 项 总计 ¥24,000   其他合作方式

## 优效模式

提供内容合作+平台助推服务，  
收取20%服务费 [了解更多](#)

NEW

部分博主有**优效模式**的投放方式  
可进行保量投放

# ㊣ 专属名词都代表什么含义？

1. **阅读量**: 博主笔记左下角的小眼睛代表的数字。
2. **曝光量**: 报备博主(蒲公英后台可查看博主的曝光数据, 每天下午两点更新前一天的数据, 有延迟  
不报备博主(曝光量=阅读量\*5)→可根据同品牌报备博主的均阅读曝光比来调整
3. **小红书重要数据**:  
 $cpm(\text{每千次曝光的成本}) = \text{单价}/\text{曝光} * 1000$   
 $cpe(\text{每千次互动的成本}) = \text{单价}/\text{总互动}$   
 $cpv (\text{每千次阅读的成本}) = \text{单价}/\text{阅读}$
4. **提及率** = 所有提到品牌产品相关的评论数量/总评论数
5. **互动率**: 总互动数/阅读数



**Thank You**