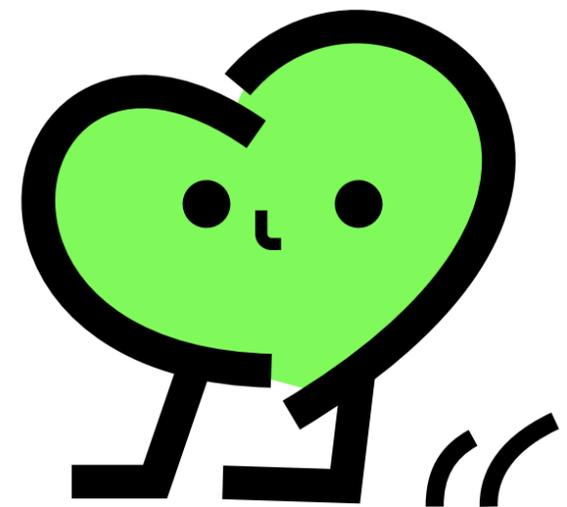


行业高质量笔记四步走

苏法
白马



直播内容

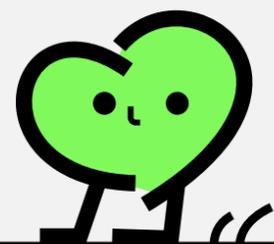
如何产出高质量笔记

如何合规进行公转私

问答环节



如何产出高质量笔记



小红书广告分类

1.硬广类

2.氛围感

3.快过类

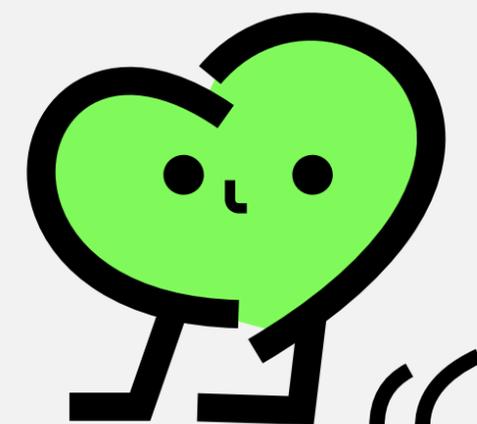
4.品合类

硬广类

强调实用性

匹配行业：所有线索行业；品牌笔记做品牌宣发时也需要做一个置顶，建立品牌形象。

内容分析：线索行业属于刚需，因此多为搜索用户，投放上一般走私信咨询



氛围感

属于软广，强调美观

匹配行业：所有电商行业

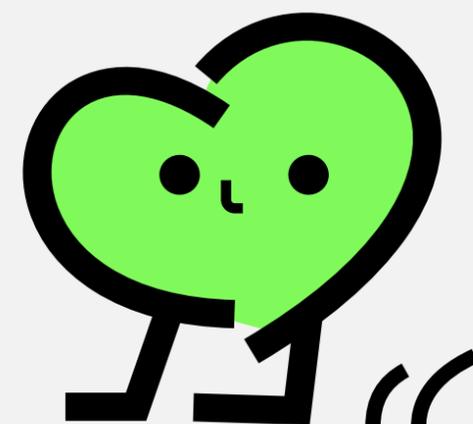
内容分析：产品主打的核心其实在于【美】，利用的是女性用户的联想，说再多不如用户自己联想。联想带来的是期待值，做内容的核心在于让期待值成为购买力



小红书 种草学



百科创建
新闻发稿
SEO优化
kol/koc种草探店
扫码联系

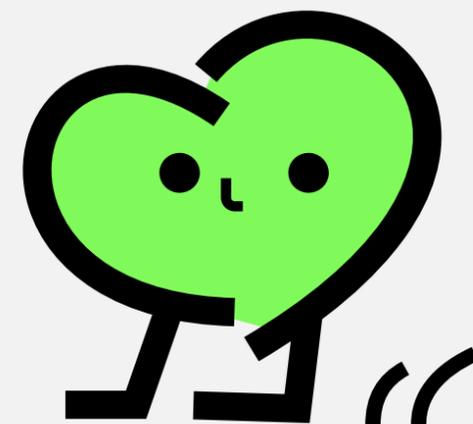
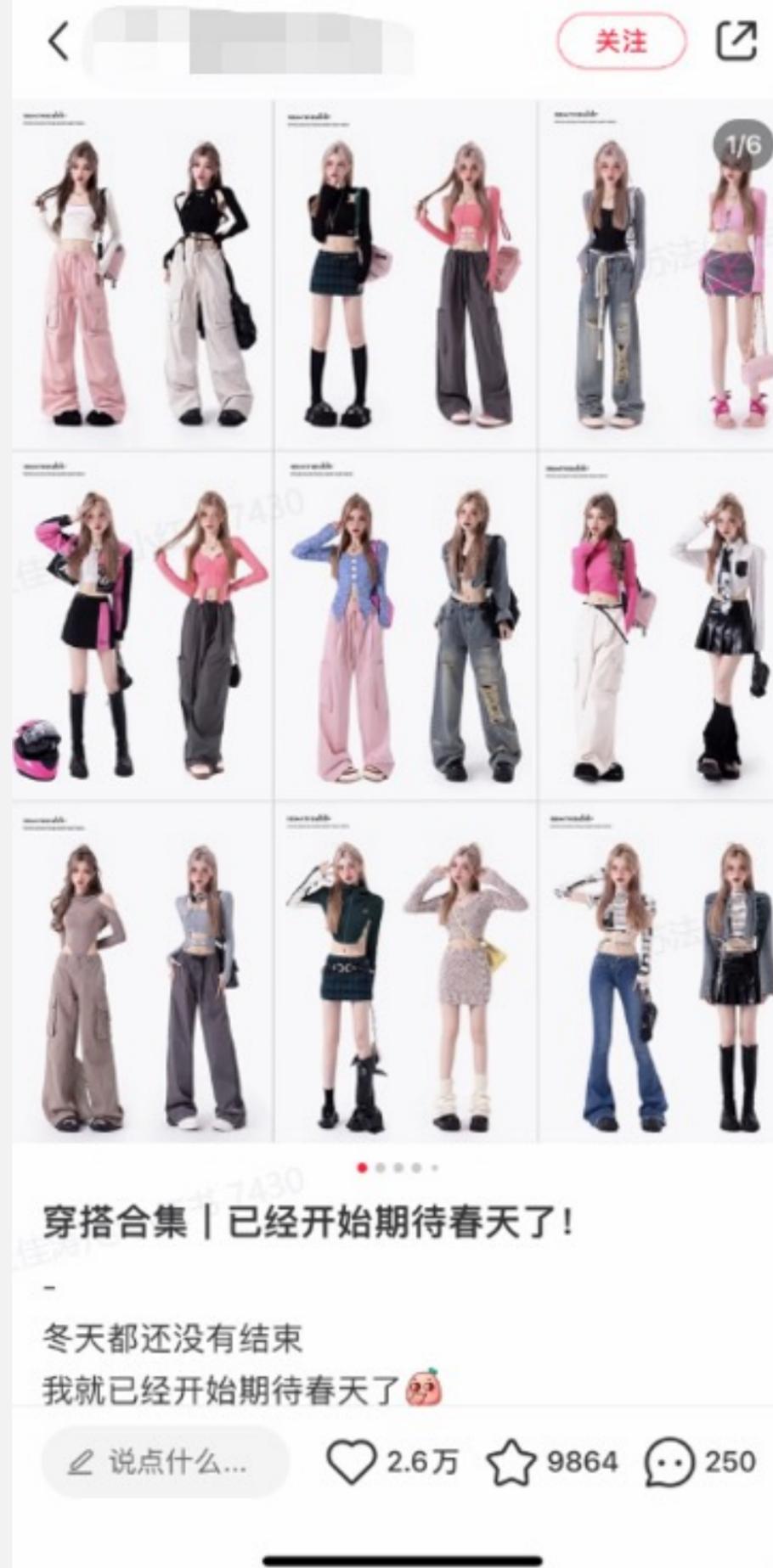


“快过”类

匹配行业: 适用于有多个SPU或者SKU的行业, 如时尚类

内容分析: 主要是迎合碎片化时间, 在短时间内让用户有更多的选择, 用多个品类去击中更多用户, 拿时间换空间, 在标题上要能抓住用户, 多使用语气词, 首图多使用[拼接图]

比如: 不同款式的拼接&同一款式不同

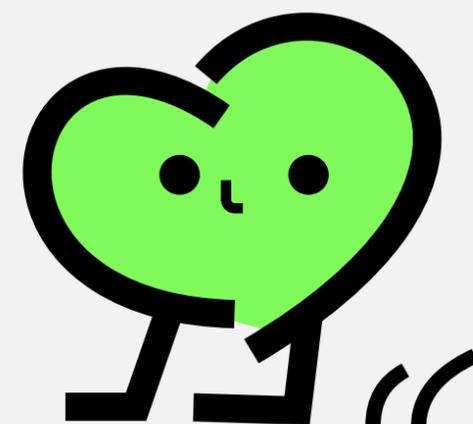


品合类

匹配行业:五大行业基本都需要达人做信任背书

内容分析:由博主做内容,我们主要是协助过审

注意点:不要有其他品牌露出,避免博主方一篇笔记多品牌合作



新客专享的合作模式-新芽助推

新芽助推是小红书为扶持新品牌全链路投放所推出的新客专享产品。每个客户仅能体验1次；

参与方式：登录聚光平台选择对应档位充值，跟官方客户顾问对接后续合作详情。

内容+广告一站式解决方案

高性价比
平台补贴流量加持

内容丰富
精选博主推广素材

一站打包
智能投放操作便捷

档位包	合作金额	合作详情
基础包	总¥10,000 蒲公英 ¥2,000; 聚光 ¥8,000	1、品牌可获得15-20篇图文笔记和每篇笔记1W曝光量的流量扶持 2、可优选10篇笔记，由平台按 ¥8,000预算进行智能投放
进阶包	总¥20,000 蒲公英 ¥4,000; 聚光 ¥16,000	1、品牌可获得40-50篇图文笔记和每篇笔记1W曝光量的流量扶持 2、可优选20篇笔记，由平台按 ¥16,000预算进行智能投放
高阶包	总¥36,000 蒲公英 ¥6,000; 聚光 ¥30,000	1、品牌可获得60-80篇图文笔记和每篇笔记1W曝光量的流量扶持 2、可优选30篇笔记，由平台按 ¥30,000预算进行智能投放

蒲公英：小红书内容合作平台；聚光：小红书广告投放平台；

品牌仅有1次权限，1次只能选择1个档位包；请合理选择

新芽助推合作流程

小红书

产品流程 新芽助推合作流程

仅针对定向邀请的新品牌参与：品牌发布需求，平台智能匹配博主，意向博主主动报名。品牌在报名博主中进行反选，确定合作名单，并寄送产品给博主。博主体验后创作**图文笔记**，并获得平台的流量加热补贴。品牌在合作笔记中挑选投广素材，聚光平台为品牌开启智能投放方案。

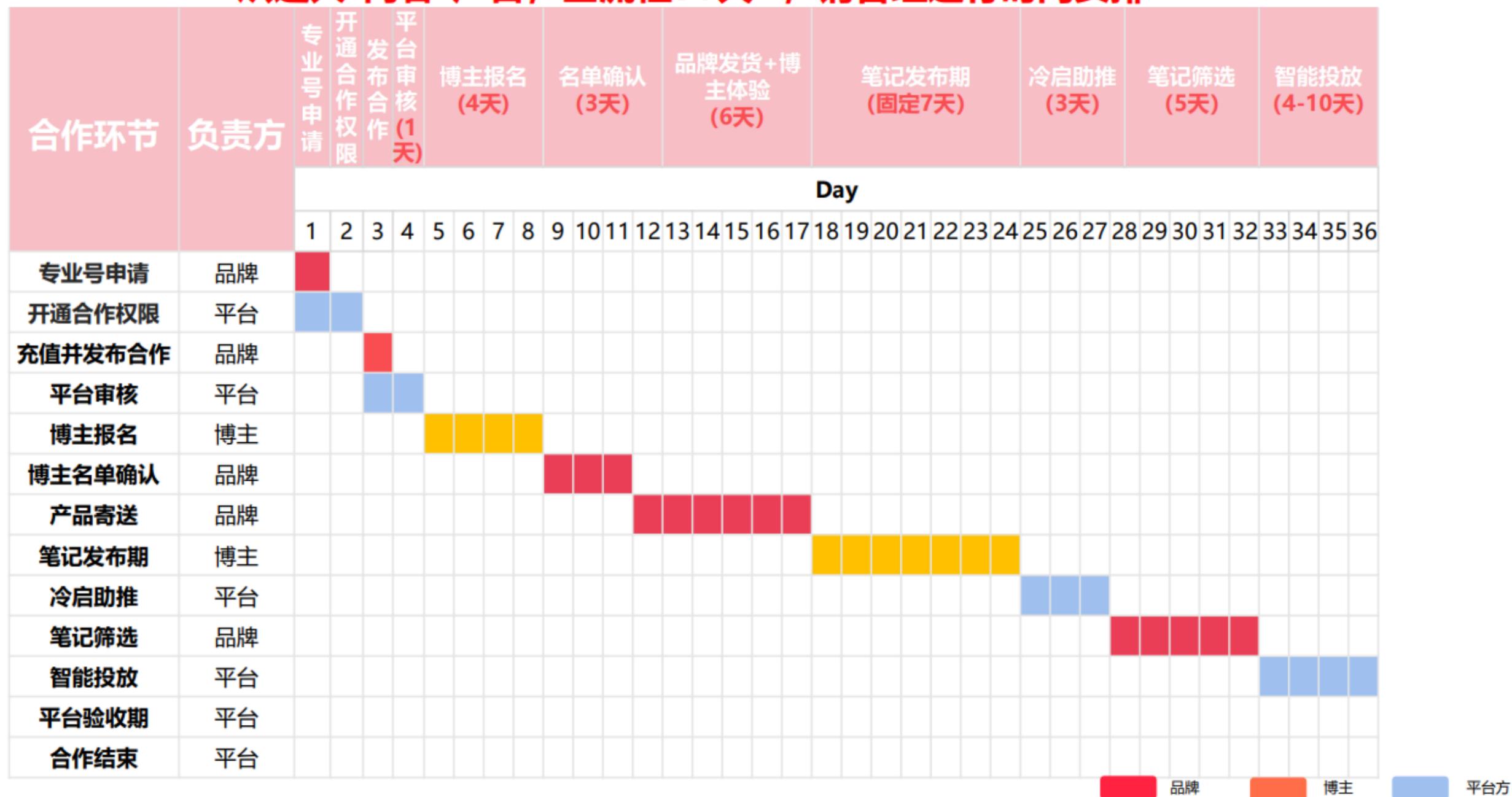


■ 品牌
 ■ 博主
 ■ 平台方

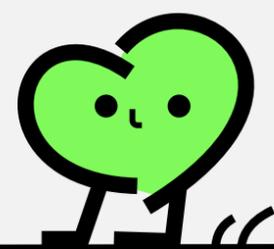
新芽流程时间线图(预估-具体审核以实际情况为准)

内测流程 主要流程时间线

从选人-内容-广告, 全流程30天+, 请合理进行时间安排



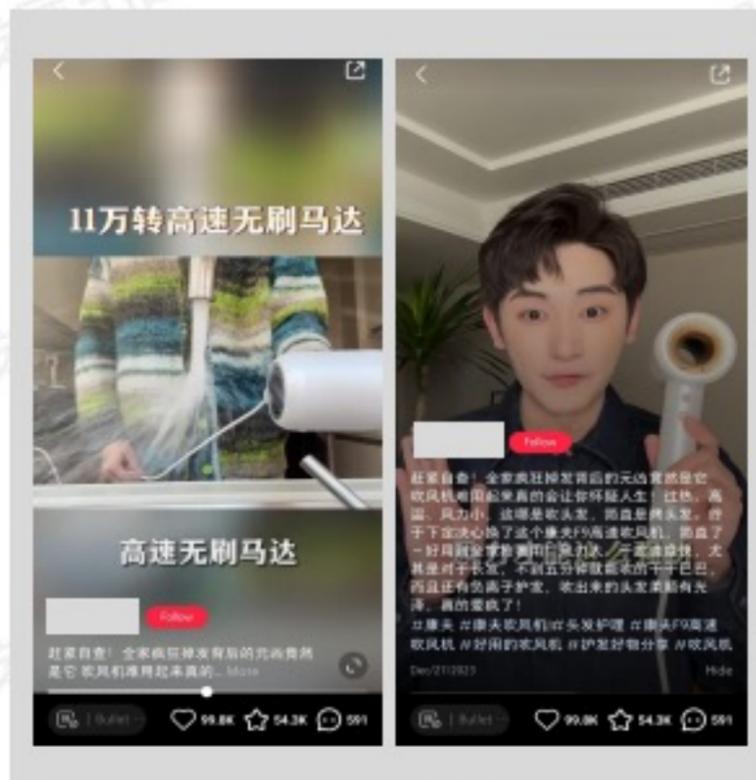
品牌 博主 平台方



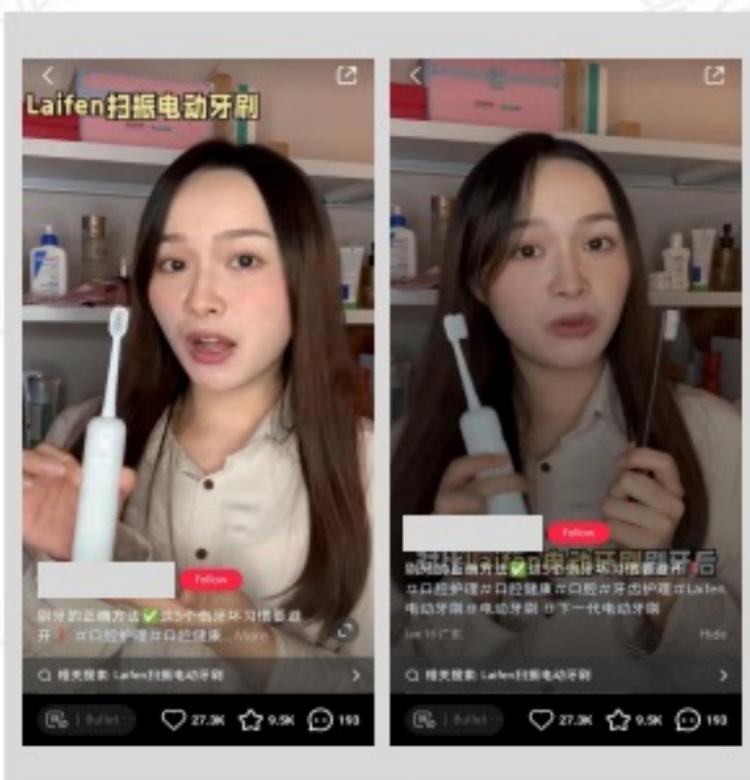
线索和电商行业如何打造优质笔记

电商-个护电器

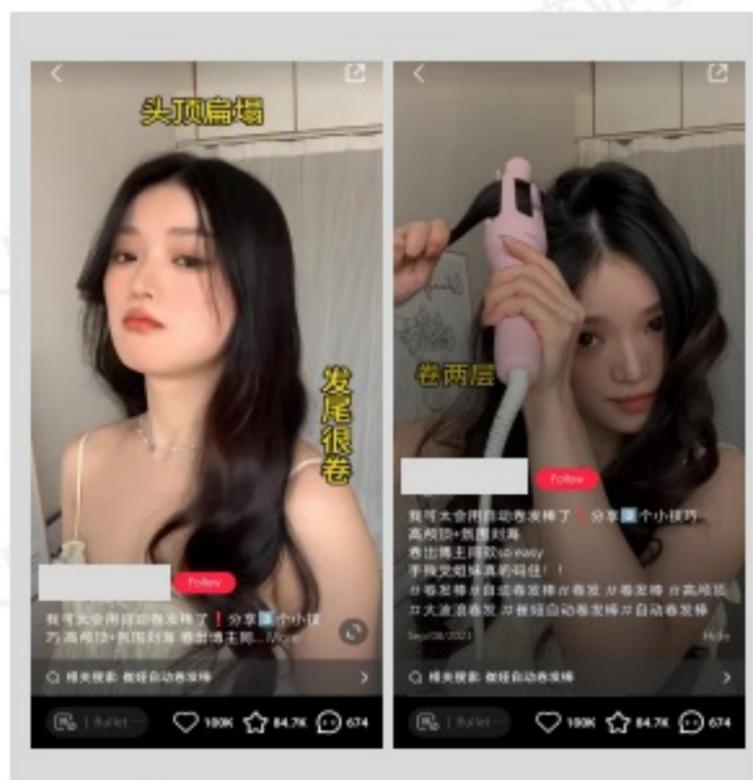
吹风机



电动牙刷



卷发棒



剃须刀



【首图】 大字+产品使用大图展示
【标题】 掉发问题自查引好奇
【正文】 开头搬家后疯狂掉发引发好奇，揭秘掉发元凶是过烫风力小的吹风机，带出吹风机产品功能和设计介绍，实测风力强度和干发时长，再给出测试报告进一步验证产品优势，多角度增强用户信任，吸引购买。

【首图】 产品大图+大字
【标题】 刷牙正确方法
【正文】 开篇多种错误刷牙方式毁牙，然后带出符合正确刷牙方式的电动牙刷产品的功能设计，进一步介绍刷头、自定义模式等独特卖点，再通过对比实测及产品测试报告强调刷牙清洁效果好。

【首图】 大字+产品使用大图
【标题】 卷发技巧分享
【正文】 开头基于普通用户和博主卷发效果差别大的痛点，教学产品使用技巧，同时介绍产品合理设计，实操示范破除产品不好用的认识，强调掌握小技巧就能用这一产品卷出绝美卷发。

【首图】 家人合照
【标题】 送爸爸的礼物
【正文】 回忆早年父亲的关爱和支持，带出龙年想要送父亲一份持续陪伴的礼物，介绍剃须刀礼盒的寓意设计、剃须刀的功能设计与独特卖点，绑定新年、长辈赠礼场景，寓意和实用双出色。

电商-食品饮料

春节团圆吉祥饭



【首图/封面】 展示年夜饭或创意龙年美食
【标题】 龙年祝福语，传递吉祥如意
【正文】 内容主体详细介绍年夜饭吃什么、具体做法流程以及摆盘，包含为菜品取的吉祥名，传达美好祝愿

单品or探店



【首图/封面】 产品近景或氛围展示
【标题】 夸张描述，吸引点击量
【正文】 通过文字或图文来展示美食具体的信息，着重体现其独特性与亮点，吸引用户的广泛讨论

美食自制



【首图/封面】 展示食材或图谱
【标题】 夸张描述，吸引点击量
【正文】 内容主体详细介绍美食的展示与具体做法流程，包含用户关注的“减肥减脂吃什么”等话题，提高种草率

搞笑



【封面】 用趣图引起用户点击的欲望
【正文】 讲述博主搞怪DIY教程或身边去问，网友的神评论更是带动了大家评论讨论的热潮

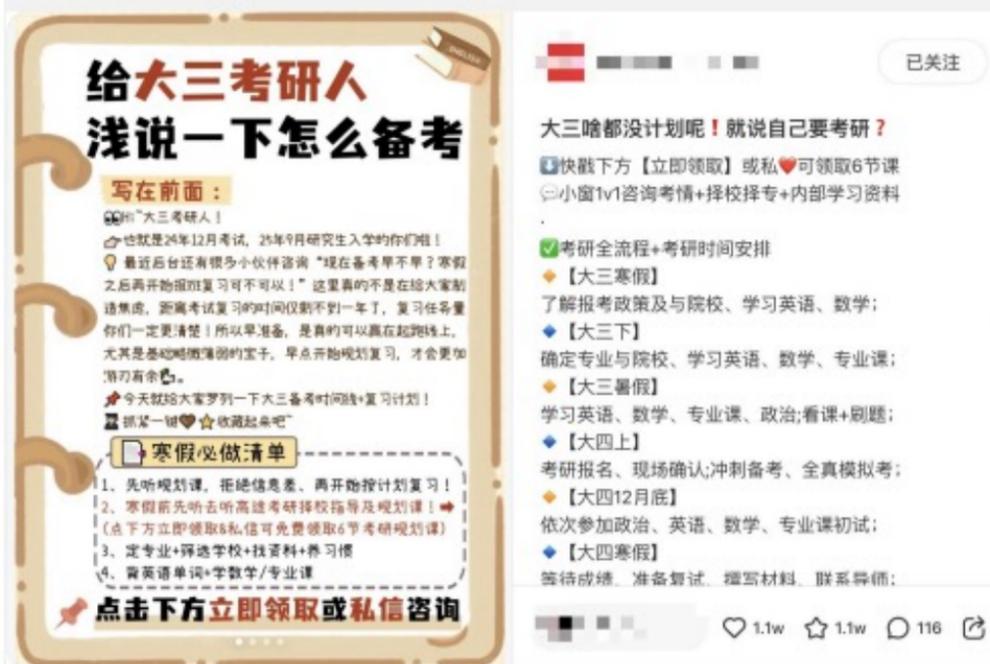
线索-教育软广

匹配教育类目



“0基础学习”圈中小白人群，吸引目标用户；封面直接展现产品卖点：门槛低、时间空间自由等，引导用户学习。

匹配教育类目



直接面向垂直用户群体：大三考研人，吸引精准用户。笔记干货内容丰富，留住用户的同时，给到开口留资的充分理由，实现获客转化。

匹配教育类目



以周末日常vlog的形式展现，更贴近站内原生内容，吸引宝妈用户群体。结合真实的使用场景，体现产品卖点，实现高效种草。

线索-教育硬广

匹配教育类目

不出分负责到底的雅思一对一，心动吗？
你还在找靠谱的雅思课程吗？班课效果有限，一对一要上很多节课总价太高怎么办？担心报了班，上了课也无法出分怎么办？
千万烤鸭们看过来，静优学雅思一对一VIP课程将上述问题统一网打尽！
什么是雅思VIP一对一课程？
一对一VIP课程，按基础分和目标分的差距收费。考到目标分之前1v1不限课时，需要多少节课就可以上多少。全程下来1对1单价可低至100+/小时，甚至更低！！
举个例子：比如同学现在基础是5.5分，要考到7，我们按这个分数一次性收费，考到7之前不管上多少节课都不会再增加费用~全程一对一！并且如果因为没

515 618 1043

“雅思一对一”、“负责到底”等卖点，吸引用户注意，同时内容中体现出产品在赛道中的价值差异化，更好地实现转化。

匹配教育类目

2024考试时间表

均为大健康类职业技能等级证书，DSTA国网可查，全国通用

	公共营养师	健康管理师
第一期	2024年3月	2024年3月
第二期	2024年6月	2024年6月
第三期	2024年9月	2024年9月
第四期	2024年12月	2024年12月
报考条件	满21岁，大专以上学历，不限专业	满21岁，大专以上学历，不限专业
考试形式	理论+技能 线下机考 满分100，60分及格	理论+技能 线下机考 满分100，60分及格
学习内容	营养学基础、社区营养管理、食品营养基础、膳食营养指导	心理学、常见慢性病健康管理、流行病学临床医学
就业方向	营养咨询公司、月子中心、社区服务中心保健品公司、医疗机构	康复中心、体检中心医疗服务机构、学校养老院、药品企业

公共营养师、健康管理师 | 24年自考完整时
近年来，随着健康问题逐渐被大家重视，与健康相关的两个职业等级证书——【公共营养师】和【健康管理师】因此备受追捧，报考也越来越火~
不少小伙伴还在纠结，考哪个用处更大呢？哪个比较简单？今天一次性给大家说清楚！
【健康管理师】学的内容比较综合，偏医学方向，理论性较强，侧重疾病的预防与管理
【公共营养师】专业性更强，偏向于食品饮料、饮食营养指导等，所以医药本专业的更适合考健康管理师，非医药专业建议先报考公共营养师哦！

2312 2208 1630

结合用户关心的时间节点，给到直观的信息价值，同时以对比的形式呈现，锁定目标人群。

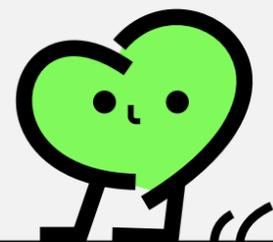
匹配教育类目

练口语我悟了！每天30分钟自信开口说英语

最近在主攻英语口语，对我这样的上班族来说，每天学习时间有限，但掌握方法其实每天半个小时，半个月就能有明显的效果。
方法主要分三步，输入-输出-检验。
能说一口流利的英语在职场真的很加分，就像拿到了一把通往世界的钥匙，职业发展也更广阔。
所以无论你是10岁、20岁还是30岁，从现在开始学英语一点都不晚，通过练习我们都可以自信开口说英语！
我也给大家争取了福利，就是一节40分钟外教1对1的课程，大家只要在评论区找到我，输入就可以预约体验啦。课程仅面向18岁以上成人，此活动长期有效。
#外企 #外企打工 #求职经验侃侃谈

7508 5323 196

标题直接点明“练口语”具体场景，圈中垂直类用户。同时以视频的形式呈现产品的使用过程，更具说服力。



如何合规的进行公域转私域

常见违规

违规类型	违规定义
非原创	侵犯他人知识产权的搬运及重复低质量创作行为，如冒充他人、搬运他人内容等
内容质量差	任何未经证实、引人不适、播放异常、博眼球吸睛等质量较差的内容。如无资质科普、虚构内容、散布谣言、
违规商业营销	通过故事套路、虚构体验、虚假夸大进行违规营销。
	通过恶意攀附和噱头内容，发布与商品不相关、不一致的内容、以及重复发布相同内容蹭流量。
色情低俗	色情、低俗意味的内容，以及具有性暗示或性挑逗意味的内容。
破坏社区氛围	各类网络暴力，违背公序良俗、传播不良价值观的行为。

站外导流

脱离平台交易定义：通过导流到第三方平台，完成交易的行为。

形式包括但不限于以下：

- 1.传播个人联系方式或其他平台的帐号信息。**
- 2.发布其他平台的链接、口令、截图、水印、二维码，以及包含上述信息（直接、变形或植入）的图文等。**
- 3.多帐号相互配合，通过评论、收藏等引导用户脱离平台进行交易。**
- 4.店铺客服与用户沟通中，引导用户脱离平台或进行私下交易。**



百科创建
新闻发稿
SEO优化
kol/koc种草探店
扫码联系

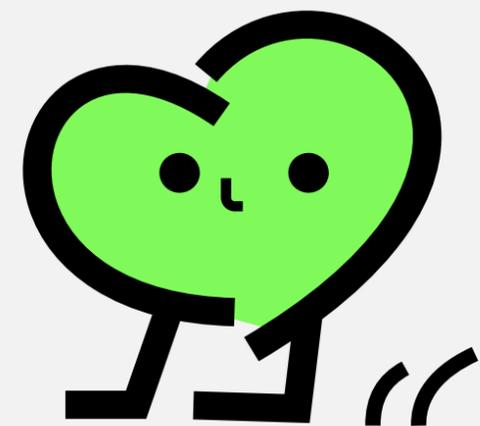
站外导流

	场景	图例	场景	图例	场景	图例
笔记	笔记内容 (图文/视频)		评论			
	昵称		小红书号		签名	
	个人主页	瞬间		置顶		收藏

处理原则

(1) 若用户首次违规，情节一般，平台将按照单个笔记内容维度进行违规处罚。

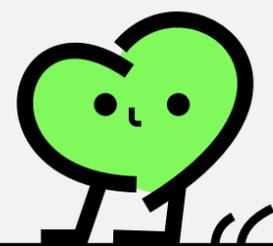
(2) 若用户首次违规，情节严重，对平台的正常运营秩序造成严重影响；或者用户违规行为恶劣，多次或大量违规拒不整改、多条并犯的，平台有权对该用户作出进一步处罚。



自查SOP

笔记状态自查SOP





如何通过聚光来实现私域获客

如何留资 - 聚光平台

>> 小红书线索营销链路形态



适合大部分线索营销客户
直接与用户沟通需求
针对性调整产品/服务推荐
拓展更多用户转化



适合品牌声量较大的客户
或缺失客服角色的客户
用户留资后可直接电联承接

私信获客

>> 私信营销链路：用户与商家建立1V1沟通

更原生的链路，更多潜力用户沟通转化！

用户被标题、封面、视频前5s吸引

点进笔记后，阅读内容产生意向，点击营销组件

建联商家，做出决策

发现页/搜索页/视频内流



笔记页



「私信胶囊组件」



「评论区组件」

主页

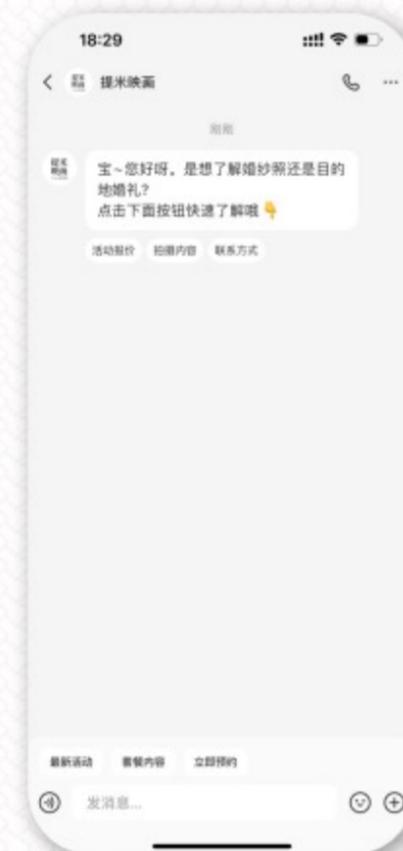


「私信底导」



「主页私信按钮」

私信聊天页



多元营销组件覆盖用户决策全路径

表单获客

>> 表单营销链路：高意向用户直接留资

更短的转化链路，收资效率更高！

链路①：用户先阅读笔记，产生意向，点击组件进入留资页留下信息

发现页/搜索页/视频内流



路径一：笔记二跳「半浮层原生表单」



NEW 内测中

或

路径二：笔记二跳「表单落地页」



点封面直接进入表单落地页

搜索页



链路②：需求明确的用户直接点封面进落地页留资

聚光页面

小红书聚光平台 | 广告 / 新建广告

推广计划 ✓

营销诉求

计划基本信息 ✓

目标和出价方式 ✓

计划预算

推广单元

请先完成前序步骤

创意

请先完成前序步骤

计划基本信息

计划名称 23/25

广告类型 全站智投 搜索推广 信息流推广 视频流推广

推广标的类型 笔记
以笔记作为推广主体，用户点击广告将跳转至您选择的笔记详情页

投放日期 长期投放 自定义

高级设置 [展开投放时段等设置](#)

目标和出价方式

推广目标 笔记点击量 表单提交量 私信咨询量 私信开口量

出价方式 自动出价 手动出价

设置目标成本，系统自动出价尽可能获取更多目标转化。为保证投放效果最优，自动出价一个计划只能创建一个单元。从计划有曝光起前7个自然日提供超成本赔付保障，请放心投放，详见赔付规则。搜索广告按关键词点击出价时暂不支持赔付。

成本控制方式 自动控制 点击成本控制

投放效果

↑ 成本/点击量

适用场景
需关注目标成本，在成本可控的前提下帮助广告主最大化获得推广日

下一步

私信服务组件

多种链路满足多元营销场景

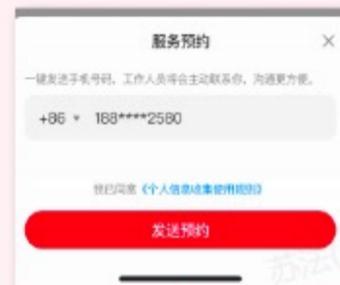
线索留资

电商成交

欢迎语+自动回复
用户进线即触发欢迎语
点击问题可自助获取答案

立即预约
用户可快速留下手机号码

电话联系
用户可直接拨打商家电话



咨询商品
上拉商品列表
用户可快捷选择商品咨询
(仅支持开店商家)



进群问问
展示商家公开的群聊
支持用户申请加入
(仅支持开店商家)



苏法(王佳涛)@小红书 7430

小红书 7430

小红书 7430

私信服务组件

自定义跳转页面，组合搭配出更多玩法

套餐内容/最新活动/服务介绍/了解更多/限时活动/店铺上新
支持商家自主选择文案并配置按钮跳转页面



获取笔记卡片
可点击跳转至「笔记页」



获取商品卡片
可点击跳转至「商品详情页」



直接跳转至「表单落地页」

私信通

为什么选择「私信通」？

专业号PC端+小红书APP

- X 仅靠人工接消息，量大时易漏接
- X 无分线能力，单人客服承载量有限
- X 消息提示弱，易错过用户在线时机
- X 评论等潜在商机难以触达全面
- X 无数据沉淀，线索散落呈现

VS

私信通

- ✓ 智能化组件+人力协同效率更高
- ✓ 至多200人协同分线，同时服务用户
- ✓ 提醒及时明显，手机电脑都能接待
- ✓ 意向评论全获取，互动即商机
- ✓ 自动沉淀客资数据，深度优化投放

小红书

私信通



百科创建
新闻发稿
SEO优化
kol/koc种草探店
扫码联系

多客服分线协作，全面提升私信承载量

1个专业号可分线至多200个客服，团队分工接待效率更高!

小红书

管理子账号权限

管理子账号权限

绑定手机号	昵称名称	账号状态	操作
180****78728	私信接待客服 专业号管理	启用	编辑 删除
181****9021	私信回复评论 私信接待客服	启用	编辑 删除

调节分流模式

分配方式 熟客分配 接待量少客服优先 低已分配优先 随机分配

不分流设置

不分流账号: [客服小A] : 1133286918

查看客服状态

客服姓名	客服头像	客服状态
客服小A		接待中
客服小B		接待中
客服小C		接待中
客服小X		接待中

小红书APP

主账号可在小红书App看到所有私信消息并可随时回复
(不影响子客服在私信通的分流回复)



两端工具随时随地回复

小红书
商家版

电脑客户端

手机APP端