



超级主播

小红书常见

50问

目录

1 账号定位

1. 为什么要打造个人IP?	1
2. 什么角色的变现能力最好?	1
3. 如何选择适合自己的人设?	1
4. 小红书平台上的KOL都有什么人设打造?	1
5. 怎么打造风格鲜明的主页?	2
6. 昵称怎么设置比较好?	2
7. 头像怎么设置比较好?	2
8. 简介和背景墙怎么设置比较好?	2
9. 如何选择身份标签?	3

2 内容创作

10. 不会写笔记怎么办?	4
11. 笔记内容应该写多少, 怎么写?	4
12. 怎么打造吸引人的笔记内容?	4
13. 吸引人的封面应该包含哪些要素?	4
14. 文章中的配图应该如何选择?	5
15. 笔记的标题怎么取?	5
16. 笔记的关键词要怎么标注?	5
17. 要不要加话题? 加什么话题?	5
18. 视频和长图文分享型内容需要注意什么地方?	5

3 小红书账号运营

19. 为什么我的笔记没人看?	7
20. 为什么流量会不稳定?	7
21. 为什么我的账号点击率低?	7
22. 点击率多少算高? 怎么提高点击率?	8

23. 笔记点击率很高/还不错，但互动率为什么始终提不上去？	8
24. 根据薯条结果改了，数据就会好吗？	9
25. 如何提高账号的权重？	9
26. 如何提高粉丝粘性？	9
27. 小红书的推荐机制是什么样的？	9
28. 小红书的新人流量扶持机制是什么样的？	10
29. 小红书有长尾流量吗？	10
30. 如何提高账号的曝光度？	10
31. 小红书有什么涨粉优势？	10
32. 多久发一次笔记最好？	11
33. 小红书怎么养号？	11
34. 怎么判断笔记是否被收录问题？	11
35. 违规会造成什么样的后果？	11

4 小红书变现

36. 小红书直播效果好吗？	12
37. 小红书对于直播带货的账号有没有要求？	12
38. 观看小红书直播的入口有哪些？	12
39. 小红书直播带货需要准备什么？	13
40. 带货的商品有限制吗？	13
41. 直播带货的穿着有限制吗？	13
42. 直播的场景和话术有特殊限制吗？	13
43. 什么算消极直播？	14
44. 直播的时候可以进行引流吗？	14

5 算法及投流

45. 薯条具体怎么投放？步骤是什么样的？	15
46. 薯条测试初期建议投放什么目标？	15
47. 薯条测试初期建议投放多少金额？	15

48. 薯条投放过程中，多久观察一次数据？ 16

49. 薯条可以测试什么？ 16

50. 薯条要测试几次才能看出这篇笔记好不好？ 16

6 附录

小红书常见50问汇总 17

1. 为什么要打造个人IP?

首先让我们来明确个人IP的概念。个人IP就是一个人的品牌，一个人的个人影响力。它本质上是流量，是人脉，而流量和人脉就是一个人的财脉，也是一家公司的财脉。个人IP是个人向其粉丝或潜在关注用户长期以来提供的特定特色，是一份利益和与之带来的一份服务，延伸来说就是一个人的价值被内容化、标签化后的产物。“个人IP”对于拥有者来说，是一种建立信任、产生增值的无形资产。简单来说，个人IP=人脉+财脉+服务+无形资产。打造个人IP，就是将一个人自身特点放大，将一个人完整的形象，包括性格、外形、技能等进行“标签化”，然后利用特定渠道推广宣传。在拥有一定的粉丝影响力之后，就可以考虑通过提供某项服务产生利益，从而盈利。激活你的个人私域流量，打造个人IP，做一个“斜杠青年”，是当下的大势所趋。

2. 什么角色的变现能力最好?

你需要首先确定自己在小红书上希望成为的创作者角色到底是什么，因为每个角色获得变现的能力和路径不一样。比如 KOL 需要的是持续发声、测评和买买买，你需要完全站在消费者的角度，哪怕是广告和宣传也需要是消费者的角度。又如果你是商家类博主，要想清楚如何定位自己的角色，如何引起用户关注和共鸣的同时不让用户反感品牌，树立良好的品牌形象。

3. 如何选择适合自己的人设?

一方面要符合小红书主流用户关注趋势；
一方面要具备日后商业化变现价值；
一方面要考虑这个标签是你自己专业知识经历、兴趣爱好、特长能力等，能够支撑起来的一个自我定位。

4. 小红书平台上的KOL都有什么人设打造?

海淘优选达人、海归学霸、化妆达人、时尚妈咪、精致穿搭、美食探店者、健身励志、护肤保健达人。

5. 怎么打造风格鲜明的主页？

风格鲜明的主页有助于加深别人对你的印象，印象越深，用户越会持续关注你，那么如何塑造风格鲜明的主页呢？给大家两个建议：

1. 首图尺寸统一

不管你是拍视频还是图文形式，首图尽量统一成宽高比3:4，首先是因为尺寸统一会让主页井然有序，不会很乱，其次是3:4的大图可以给人更强的视觉冲击感，容易让人记住。

2. 主页颜色鲜艳

颜色鲜艳容易抓人眼球，也更有辨识度，可以通过首图加文字，或者手机拍摄原图后用修图软件处理一下。

6. 昵称怎么设置比较好？

关于昵称的设置，大家只需要记住两点即可：

1. 简单好记，在小红书重名比较少
2. 突出自己的领域

比如做金融账号，起名为“短线狂人”这个昵称，在一周内就涨粉了1万5。

7. 头像怎么设置比较好？

用自己的生活照最好，因为你需要突出自己的个人IP。如果是其他领域的话，比如美食，可以用美食照片也是可以的。选头像的核心就在于你可以把同领域的博主的头像都看下，然后把你选择的头像和他们对比一下，觉得哪个头像比较突出或者更能吸引人眼球，就用哪一个即可。

8. 简介和背景墙怎么设置比较好？

1. 简介设置：

需要注意一点，不要带有敏感词汇就好。因为新号或者没有太多粉丝的账号权重很低，设置敏感词汇很有可能被别人举报或者被官方处理屏蔽或者清空内容，因此开始的时候简介就老实一点，简单介绍下自己是干什么的就行，等到1万粉之后，再留一个邮箱号即可。

2. 背景墙设置:

可以设置也可以不设置，设置可以让账号的主页显得更加美观，有概率可以提升涨粉。比如你的作品封面非常整齐和美观，再加上你的背景墙，也许就会给粉丝一个关注你的理由，认为这个博主审美很棒，毕竟小红书里的粉丝，是所有平台里最注重审美的。

9. 如何选择身份标签?

小红书大量的笔记和美妆护肤相关，因此在选择身份标签时，除去传统的学生，白领等身份，可以从肤质，发质等方面寻找身份认同。

10. 不会写笔记怎么办？

不断复盘，总结成长。模仿优秀笔记其实是一条快速成长的路。我们需要能够学会发现热门领域和优秀数据。

关注小红书在各个领域的官方账号，每一个官方账号都会推荐热门笔记，这就是所谓模仿对象。

可以不断去复盘这些推荐的热门笔记长什么样，每个部分的结构是怎麼样的，如何配图，如何打标签，抓取了哪些关键词。

11. 笔记内容应该写多少，怎么写？

1. 1000字是每篇小红书笔记的上限，用户通常能集中注意力阅读500-700字，所以建议每篇笔记的字数保持在这个区间；
2. 内容的排版要整洁，利用emoji符号、小红书表情来减少文字的枯燥感；
3. 内容是标题的展开，也要带有关键词，便于系统给这篇笔记打上相应的标签；
4. 内容尽量原创，模仿的重复率不要超过70%，不然很可能被判定为违规笔记；
5. 不要带有营销词汇。

12. 怎么打造吸引人的笔记内容？

内容贴合定位。比方说你给自己定位的人设是摄影师，那么内容就要和摄影相关，或者你展示的内容，例如出去吃喝玩乐，体现出专业的摄影技术。

不能你给自己定位的是摄影师，但是发一些和孩子的日常等和人设不贴合的内容。

13. 吸引人的面封应该包含些哪要素？

尽面对待！封这篇笔记，所以一定要认真开否想打是户上决定了用度程很大这篇笔记的第一印象，户对面是用封量满足以下几点：

1. 原创
2. 整洁美观
- 点3. 突出笔记重

14. 文章中的配图应该如何选择？

1. 小红书每篇笔记最多可以发布九张图片，图片风格尽量和封面的图片风格保持一致，让用户对你的笔记有一个整体印象；
2. 其次用户观感最好的图片比例为3：4，笔记的图片建议尽量按照这个比例发布；
3. 图片内容不要过于繁杂让用户找不到笔记的重点。

15. 笔记的标题怎么取？

1. 笔记标题最多可以输入20个字，要和内容相互呼应；
2. 标题通常由笔记关键词+表情符号构成，好的标题会适当强调“冲突”来表达笔记的中心思想，同时这种冲突也能很好的引起用户的好奇心。

16. 笔记的关键词要怎么标注？

1. 小红书系统不仅会根据关键词来给用户贴上标签，还会根据关键词来匹配用户，把你的笔记推送给有相同关键词的用户，而且笔记内容里可以多次提及关键词来提升笔记的排名提高笔记的曝光量。
2. 例如，有些用户经常浏览“母婴”这个关键词下的笔记，那么当你的笔记标题和内容越贴合“母婴”这个关键词，系统越有可能把你的笔记推送给这些用户。
3. 关键词的分布也很重要，标题中一定要含有关键词，内容的开头、中间、结尾也最好含有关键词来提升笔记排名。

17. 要不要加话题？加什么话题？

要的。根据笔记的关键词为笔记挑选一个合适的话题便于用户搜索，这样可以增加笔记的曝光量。

18. 视频和长图文分享型内容需要注意什么地方？

1. 视频、长图文笔记，请一定在最开始的5-10s，前50字，抓住用户的眼球，不要开场开半天，啰里八嗦。也可以把你要讲的重点，用表情凸显出来。
2. 视频内容，能戳中用户的痛点，或者能找到共鸣，就事半功倍了。用户更喜欢能跟自己类比、有真实感的内容，要贴近用户的生活和感受。

3. 视频内容能真人出镜就尽量用真人，漂亮小姐姐+日常街拍+生活场景中商品的嵌入和搭配，这些能够唤起用户在身处类似场景下的使用联想，更容易达到种草的目的，也更容易激发深度了解的欲望。

19. 为什么我的笔记没人看？

小红书不是朋友圈，如果是朋友圈，随便发什么内容，都会有朋友捧场互动。小红的用户是一群陌生人，如果你的内容没有价值，吸引不了用户，是没有人给你点赞或者去关注、收藏、评论的，这样就很难做起来。

20. 为什么流量会不稳定？

账号流量不稳定，首先检查账号是否存在违规问题；其次检查笔记是否存在明显的营销广告、内容含有其他平台的联系方式等问题；如果账号和笔记都没有违规情况可能是笔记质量不高，未达到进入下一流量池的标准，这个时候需要提高笔记质量，专注垂直领域。

21. 为什么我的账号点击率低？

点击率常见问题：

图片槽点：

1. 多图拼接、难以展现细节、广告感强
2. 色彩突兀，颜色搭配不和谐、缺少美感
3. 搬运网图/抠图/PS制图痕迹严重
4. 图片上文字过多、大字报、大面积遮挡主题、缺少代入感
5. 无生活及实际场景，不具真实使用感受

图片槽点：

1. 竖屏单图，有较多的细节展现
2. 色调饱和度较低，氛围高级
3. 贴近生活场景，容易建立亲近感和信任度
4. 图片与主图上的文案调性一致，凸显出高级感

标题槽点：

1. 标题只是产品名称，且没有任何产品亮点，这样的标题太硬广

2. 标题语句不通顺，表达重点模糊，无法吸引用户兴趣
3. 太专业导向，有的同学标题里面会有一些偏专业的名词，比如产品成分
4. 堆砌太多关键词，内容空泛，表达过于感性，矫情意味浓厚
5. 强蹭热点，不仅容易转移文章的关注重点，也会对系统判断目标用户带来干扰

标题亮点：

1. 语气亲切平和，有氛围感
2. 主体清晰，列出1-2个卖点词，直击用户痛点
3. 信息明确，有客观细节的表述，抓取特殊需求用户

22. 点击率多少算高？怎么提高点击率？

点击率：用户从发现页刷到笔记后点击进入阅读笔记（曝光转化成浏览）。简单讲可以理解为笔记曝光到100个人的发现页中，有10个人在看到笔记后选择的点击那么点击率就是10%。

可参考大盘点击率均值：

【加粉模式】 点击率 4%

【阅读模式】 点击率 8%

账号的热度需要经营，而一篇爆文就可打破困境。持续热度的爆文即可令账号权重升级VVVIP。

在账号热度较冷的时候，确实是比较难产生爆文，但是机会对于所有人都是平等的。前提是得有优质的笔记，稳定更新笔记，薯条小额测试到有潜力的笔记，比如点击率大于10%、15%、20%，遇到就要抓住机会，利用薯条给笔记加热。

23. 笔记点击率很高/还不错，但互动率为什么始终提不上去？

需要注意的一点是，赞藏评000之类，点击率再高也很难拉动自然流量，也无法有效引流。这时候要自查的问题主要有四点：

1. 你的内容（包括后续图片），跟标题首图内容是否一致？
2. 你的内容对目标用户来说有价值吗？是否值得点赞、收藏？
3. 你的内容对用户有代入感吗？

4. 你的内容用户是否能参与进来讨论，参与门槛高吗？

附加一点说明：完播率在很大程度上对于提升笔记的权重要高于赞藏，但是笔记特别需要关注的一个问题是用户5秒钟就可能流失。那么你的笔记最前面的30字或者视频前5秒是否能抓住用户？

24. 根据薯条结果改了，数据就会好吗？

如果改成了用户喜欢的方向，会帮助点击率提升；如果改成了不喜欢的方向，数据会更差，这也是修改的价值。一切根据数据反馈去进行。

25. 如何提高账号的权重？

账号权重的打造靠的是内容权重的累计，短时间内打造出多篇爆文是加速账号成长的最快路径。企业号初期运营，每周保持4篇新笔记，不断测试优质内容的方向。

新笔记测试出效果后，趁热按照同形式和元素产出新笔记，利用爆文持续积累热度。

两张相同的封面，发布时间不可隔得太近，会影响点进主页进行浏览的用户的观感。

26. 如何提高粉丝粘性？

1. 账号垂直：就是根据账号的定位深耕单一领域，彩妆博主产出彩妆相关的笔记，母婴博主产出母婴相关笔记，通常情况下三四篇同领域的笔记和一篇其他领域的笔记也可以算账号垂直。

2. 内容垂直：专注产出同一领域的笔记，笔记风格保持一直，关键词和话题的选择保持一致。

做好垂直领域可以降低粉丝记忆成本，增加粉丝黏性。

27. 小红书的推荐机制是什么样的？

小红书的推荐机制与知乎、抖音比较相似，都是算法推荐制，在这种机制下系统会将用户发布的笔记放在对应的流量池中进行数据统计（评估点击率、点赞率、收藏量、评论量数据）如果满足数据要求就能进入到下一个流量池，以此类推用户便可以获得持续的推荐，这种机制对新手小白来说十分友好，它的优势就在于：系统会把优质内容推送给更多用户，即便没有粉丝基础也能做出爆款笔记。这也是很多素人博主能在短时间内火起来的原因。

28. 小红书的新人流量扶持机制是什么样的？

为了让新用户有更好的平台体验能更快的融入到其中，小红书对新用户有一定的流量扶持活动，平台会增加新用户第一篇笔记的曝光量，所以要提高第一篇笔记的质量，第一篇笔记流量不错的话第二篇笔记的流量也可能会多一些。

29. 小红书有长尾流量吗？

有的。优质笔记不仅可以在前期给你带来可观的流量和粉丝，在后期它同样也能持续给你带来流量和关注，笔记内容在用户主页、搜索主页等渠道被反复曝光从而积累流量，具有长尾效应即称为长尾流量。

小红的推荐机制、涨粉优势、长尾流量的加持等使得新手在运营小红书时也能显得驾轻就熟，只要你肯学习一些简单的运营技巧，在小红书上很容易实现涨粉引流变现三步走。

30. 如何提高账号的曝光度？

1. 账号尽量做到日更，加速流量转化
2. 笔记发布2小时内即测试，容易探索最佳投放路径
3. 当月甚至同一周的爆文素材再发布，实现价值最大化

31. 小红书有什么涨粉优势？

小红书不像其他熟人社交平台，流量建立在朋友圈数量上，没有一定的粉丝基础，再干货的内容浏览量仅为个位数，在小红书就算你是两位数粉丝也很可能突破几万赞藏，而一篇爆款笔记就能给你带来不少粉丝。

小红书千人千面模式，这点不仅体现在每个用户的主页笔记不同，还体现在不同的用户搜索同一个关键词得到的页面也是不同的，这是基于小红的系统算法，例如你是母婴博主，写了一篇关键词是“奶粉”的笔记，那么经常浏览母婴笔记的用户搜索“奶粉”时系统就很可能把你的笔记推送到他的主页。所以只要你深耕垂直领域，小红书就会给你推荐关注这个领域的用户来浏览你的笔记。

32. 多久发一次笔记最好？

小红书可能是最容易 test 的一个平台，因为写笔记可能只需要你在地铁上玩手机的时间。

你要做的就是不断尝试输出、找方向，快速确定自己是否适合这个平台。

小红书的关键决胜点在于如何快速输出高质量笔记，最难的则是每一篇笔记都获得很高的数据。

33. 小红书怎么养号？

新账号需要先进行养号，养号是为了让账号符合真人用户的使用习惯，号养好了对于笔记的流量曝光会有很大的优势。

一般情况下养号需要7天的时间，在这七天里可以多搜索目标领域的关键词来浏览、点赞、收藏和评论笔记，浏览笔记的速度不要过快，最好能够在笔记页面停留一到两分钟并看完笔记。

例如你想做母婴领域的博主，那么你就多多搜索“婴儿”“孕妈”等关键词来浏览笔记，这样小红书系统就会给你打上“母婴”标签，通过系统算法平台就会给你推送“母婴”类的相关笔记，同样，当你持续发布“母婴”类的笔记，系统就会把你的笔记推送给打了“母婴”标签的用户。

养号的时候多关注小红书的官方账号，例如“薯管家”“生活薯”“校园薯”“小红书成长笔记”等账号，每天浏览小红书主页半个小时以上，多关注小红书的热点话题。

34. 怎么判断笔记是否被收录问题？

笔记发布成功后，系统会对笔记进行收录，收录时间一般为几分钟到一小时，过了这段时间如果在话题里找不到自己的笔记，甚至搜索关键词查看最新笔记也没有自己的笔记，这个时候需要检查账号是否存在多次违规、笔记是否含有违禁词汇、笔记是否抄袭等等，解决好上述问题再试着搜索笔记的标题或笔记内容开头第一句话，能搜索到笔记就是被系统收录了，不能搜到则是没有被系统收录。

35. 违规会造成什么样的后果？

违规会收到官方的通知，让你修改笔记，但是连续违规会降低账号权重影响笔记的曝光量。多次违规后会被官方禁言，第一次禁言48小时，第二次禁言7天第三次就会被永久关入小黑屋，具体违规准则可以查看小红书《社区公约》和《社区规范》。

36. 小红书直播效果好吗？

在其他的平台，粉丝数已成为直播表现的重要基础，粉丝量不大的情况下，直播本身就不会有多少人观看。

当然最重要的是，以抖音和快手的直播销售转化率来看，如果直播观看人数不够多，是不会卖出去多少货的，因为客户的转化率低。

其次抖音和快手的用户在直播间里对物品的价格非常敏感，至今几十元钱的小物件还是抖音快手的主流产品。

但是小红书与此不同，小红书的直播虽然人数不高，但是转化率却比其他平台更高，拿我们零克Club的一个博主举例，一场直播不到1000人的观看人数，但是可以卖到20W以上的流水，按照30%的佣金计算，差不多一场直播，博主的收入有6W元左右的收入。

而另一位博主也是同样的单场直播不足1000人，但流水约为10W左右，佣金单场接近1W元。

最重要的是，小红书的直播人数和粉丝数的关联性有限，而其他平台与粉丝的关联性较强，这其实是小红书的产品设计所导致的。

37. 小红书对于直播带货的账号有没有要求？

在小红书，直播是没有门槛的，只需要实名认证，账号没有违规过就可以直播。

所以想在小红书直播，并不难，我们只需要点击小红书底部的加号，然后选择底部的直播即可。

38. 观看小红书直播的入口有哪些？

小红书直播的主要入口有三个：

1. 关注页
2. 推荐页/搜索页用户头像
3. 博主主页

目前小红书的私域流量不够强，多数的笔记流量还是来源于推荐和系统分发，头像处都会显示“直播中”，点进去就可以，虽然其他平台也有此设计，但粉丝提醒会更强。

小红书新人直播可能有100-200人的观看，而10W-20W粉丝的博主可能也差不多的水平，与新人的差距不会很大。

39. 小红书直播带货需要准备什么？

直播带货的准备共三项：

1. 设置封面和直播介绍，封面和介绍是决定了别人会不会点进我们直播的关键，所以我们在封面上要认真一点。
2. 第二步是要添加带货的商品，我们点击添加商品即可选择商品了。小红书里的商品很多，佣金也非常明确，但这个时候我们不要被佣金所迷惑，尽管佣金高，但是这样的商品我们未必能卖得出去。所以我们带货必须选择和自己定位匹配的商品，比如我是穿搭博主，那么自然是穿搭类的内容才更容易卖出去。
3. 第三个事情自然就是要设置美化了，直播并非是原相机直接拍摄，是可以美颜和添加滤镜的，如果我们平时有美颜的习惯，这个时候是可以应用的。直播最重要的是让用户看见我们好的一面，这样带货更容易成功哦。

40. 带货的商品有限制吗？

有。小红书直播是以带货为主，而非娱乐，所以是不允许引流至站外的，因此带货也有一定的基础限制。

目前个人博主可以带淘宝的商品以及小红书店铺内的商品，而品牌必须只能带小红书店铺内的商品。

带货的过程中也并非可以讲淘宝或者小红书店铺内的商品，而是只能带提前加入到带货列表的商品。

作为博主和品牌都可以在各自的账号运营中心的直播-选品中心，来进行选择相关的商品。

41. 直播带货的穿着有限制吗？

在小红书里，穿着也是有底线的。

注意穿着的意思并非是一定要穿着华丽，对穿着的美观度有较高的要求，而是不能衣着暴露。

例如穿着泳装直播等都是违规的，因为这疑似有一定程度的性暗示。

42. 直播的场景和话术有特殊限制吗？

有些限制。一有的场景和语句也播直此对类型的分享，因好生活美是播红书的直小

。容会被视为违规内都，播起误会的直引上可能播，在床喝酒、驾驶中直抽烟中的不良表现，播直在例如

除此之在外直播中我们很容易产生一些“口快”的言论，但一定要注意，尽管是直，播但也不同于与朋友私下形的产品”等这最好低价”，“中国最说到“全国如带货时的规定，例家法律也不能违反国播的直开公，天的聊式些也都是违反广告法的。

以免临场发挥被误伤。，本致的脚大产品部分写出对议还是建前播直在因此

43. 什么算消极直播？

消极直播的定义是在直播中人物长时间消失或者没有任何互动，这样也会对小红书的用户造成很不好的体验，所以消极直播也是小红书直播规范中的一项。

常见的消极直播主要有以下几种：

1、主播长时间离开屏幕，可能去吃饭了或者出去办事了。

2、主播睡着了。

所以作为主播真的遇到以上问题时，一定要先取消直播，避免被平台处罚。

44. 直播的时候可以进行引流吗？

不能引流。小红书是一个消费决策型平台，因此很多人在App上问怎么买到好东西，这也造就了小红书可以为品牌构建私域流量的可能性，品牌都想着怎么在小红书上引流到微信，但这其实是个红线，也是我们最需要注意的一点。

小红书很明确的反对在平台上引流至站外，因此在直播中是不能提到站外平台的联系方式的，包括微信，淘宝链接，二维码，手机号等，都是违规的。

如果被小红书平台官方人员发现，会立刻暂停直播且会被限制直播权限。

目前的审核形式都是机器识别了，可以做到实时审核，所以不要抱着侥幸心理。

45. 薯条具体怎么投放？步骤是什么样的？

互动量=点赞+收藏+评论；互动成本=投入薯条金额/互动量

案例A：高客单高转化类

文章发布1小时后确定收录后立即投放测试：投放金额200元 – 12小时 – 选择粉丝关注目的。

目的：初步确定笔记互动潜力。

第一轮薯条结束后，测试效果满意，就要把握住文章的互动潜力，立即追投。投放金额500元 – 24小时 – 选择点赞收藏目的：确定侧重互动进行投放。

笔记发力后，确定好投放路径，互动双目的同时投放，尝试扩大流量转化（粉丝关注目的 – 200元） + （点赞收藏目的 – 500元）。

案例B：基础测试

中间某天数据较低时可停投一天，第二天加量复投。

案例C：第一次小额测试后高点击率类（> 20%）

46. 薯条测试初期建议投放什么目标？

投放目标根据自己的想要更多点赞还是更多关注来决定。

但是新笔记一般建议先投阅读量/点击量，有一定点赞/收藏/评论的积累后再去投关注，因为有数据的笔记更能吸引到关注。

另外，建议选择系统智能推荐人群。不建议一开始投放薯条就去设置太多的定向人群，哪怕是地域性较强的笔记，一开始也选择系统智能推荐人群（前提是标题、内容中的关键词较为精准，便于系统检索）。

47. 薯条测试初期建议投放多少金额？

测试的话用60元测试效果最划算，但是建议计划实践只测6小时。建议200元以下投放6/12小时，200元以上投放24小时（如果用50元投放超过12小时，每小时分摊到的曝光量太小，数据会有偶然性）。

48. 薯条投放过程中，多久观察一次数据？

每1-2小时就应该看一次数据表现，根据点击率、互动率和加粉情况做对应调整。

49. 薯条可以测试什么？

用薯条测试文章/助力文章提升数据最基础的测试方法：60元-6小时-目的：提高阅读量-智能人群。

注：选择智能人群，是指系统会筛检该文章的关键词，并将相对应的关键词和系统匹配这篇笔记最感兴趣的活跃用户，通过薯条助力进行曝光。所以他们的互动行为，直接代表了最可能成为你/你最意向的目标用户，是否喜欢这篇笔记。

50. 薯条要测试几次才能看出这篇笔记好不好？

建议2-3次。新笔记只测一次会有一定偶然性。但一旦测试到效果好的笔记，一定要抓住机会加大投放，笔迹效果会有很大概率呈现爆发式增长。

小红书常见50问汇总：

序号	类别	常见问题
1	账号定位	为什么要打造个人IP?
2		什么角色的变现能力最好?
3		如何选择适合自己的人设?
4		小红书平台上的KOL都是什么人设打造?
5		怎么打造风格鲜明的主页?
6		昵称怎么设置比较好?
7		头像怎么设置比较好?
8		简介和背景墙怎么设置比较好?
9		怎么选择身份标签?
10		不会写笔记怎么办?
11		笔记内容应该写多少，怎么写?
12		怎么打造吸引人的笔记内容?
13		吸引人的封面应该包含哪些要素?
14		文章中的配图应该如何选择?
15		笔记的标题怎么取?
16		笔记的关键词要怎么标注?
17		要不要加话题？加什么话题？
18		视频和长图文分享型内容需要注意什么地方？
19	小红书账号运营	为什么我的笔记没人看？
20		为什么流量会不稳定？

21	小红书账号运营	为什么我的账号点击率低?
22		点击率多少算高? 怎么提高点击率?
23		笔记点击率很高/还不错, 但互动率为什么始终提不上去?
24		根据薯条结果改了, 数据就会好吗?
25		如何提高账号的权重?
26		如何提高粉丝粘性?
27		小红书的推荐机制是什么样的?
28		小红书的新人流量扶持机制是什么样的?
29		小红书有长尾流量吗?
30		如何提高账号的曝光度?
31		小红书有什么涨粉优势?
32		多久发一次笔记最好?
33		小红书怎么养号?
34		怎么判断笔记是否被收录问题?
35		违规会造成什么样的后果?
36	小红书变现	小红书直播效果好吗?
37		小红书对于直播带货的账号有没有要求?
38		观看小红书直播的入口有哪些?
39		小红书直播带货需要准备什么?
40		带货的商品有限制吗?
41		直播带货的穿着有限制吗?
42		直播的场景和话术有特殊限制吗?
43		什么算消极直播?
44		直播的时候可以进行引流吗?

45	算法及投流	薯条具体怎么投放？步骤是什么样的？
46		薯条测试初期建议投放什么目标？
47		薯条测试初期建议投放多少金额？
48		薯条投放过程中，多久观察一次数据？
49		薯条可以测试什么？
50		薯条要测试几次才能看出这篇笔记好不好？

