

小红书

小红书非电商KOL BRIEF PLAYBOOK

2020.07

目录

01 | 品牌方如何下Brief

02 | KOL如何解读Brief

原生笔记和商业笔记的区别 | Brief理解图示

03 | KOL Brief方法论

视频模板 | 图文模板 | 案例分析 | 注意点 | 素材Checklist

品牌方如何下Brief

01

品牌方Brief Checklist

- 品牌介绍
- 产品介绍、卖点、利益点
- 目标人群介绍
- 图文（字数要求）or视频（长度要求）
- 是否加话题
- 是否加标签
- 内容方向
- 参考笔记（干货种草类的、个人经验类的、效果类的）
- 封面图片要求（数量、风格）
- 发文要求（排版、emoji使用、引导留资链路）
- 不能使用的违禁词&极限词提示



KOL如何解读Brief

02

原生笔记 VS 商业笔记

原生笔记

封面：高颜值人物、物品特写，真实不过度美化

标题：轻微的夸张设疑和有趣的标题会吸引更多的点击

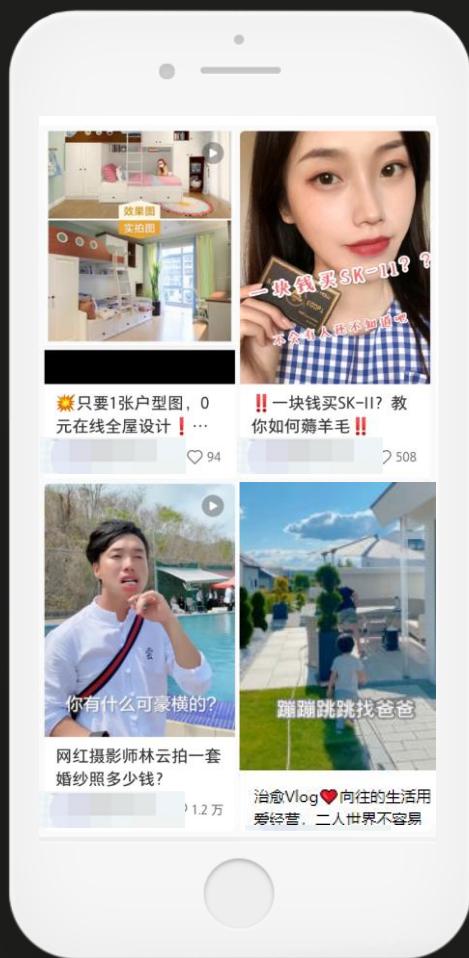
文案：站内外热点、真实的分享和记录生活

商业笔记

封面：高颜值人物+花字卖点

标题：图文一致的标题，用户共同的痛点

文案：真实清晰，有逻辑，引导用户行为



原生化

激起共鸣/痛点

真实可信

弱化品牌

明确人群

原生笔记

KOL



Brief

商业笔记

品牌

加卖点

加强逻辑

引导行动

主动评论私信
互动

商业化

KOL Brief方法论

03

KOL Brief 基础模板

图文模板



封面：传达卖点的人物形象+卖点花字

图片：产品使用图+APP页面展示（多图）

标题：共同痛点的解决方案

文案：个人背景（2-3行）+介绍产品卖点+引导行动（1-2行）

评论：及时互动，解答疑惑

KOL Brief 基础模板

视频模板1

脚本：

背景（共同的问题、痛点）

重要性（缺乏的危害）

产品介绍（产品展示画面）

真实的使用情况

利益点强调引导行动

封面：传达卖点的人物形象+卖点花字

标题：共同痛点的解决方案

文案：问题+解决方案+引导行动（简述）

时长：60s以内，口播清晰明亮，语速加快，不罗嗦，不提及无关内容



KOL Brief 基础模板

视频探店模板2

脚本：

背景（问题痛点）

店铺亮点展示

体验效果

引导行动

封面：直观传达卖点（对比图效果图等）

标题：共同痛点的解决方案（产品卖点）

文案：问题+解决方案+引导行动（简述）

时长：60s以内，口播清晰明亮，语速加快，不罗嗦，不提及无关内容



KOL Brief 基础模板

视频动画模板3

脚本：

为什么（困境）

是什么（卖点）

怎么样（方法）

标题：标明卖点

文案：简洁且用表情符号分割

时长：30s以内



图文案案例

提升空间：本案例CTR高，大眼萌娃做封面；但成本高，封面和标题缺乏卖点的展示，可能会失去部分目标人群的关注。

传达卖点的人物形象



共同痛点



父母英语零基础如何培养宝宝的英语✅

背景介绍



用表情符号分段介绍产品卖点

❤️一年前小豆莪2岁多，我有发过她说英语的视频，半年前分享过她读英文绘本，收到不少留言和私信想和我交流如何英语启蒙，今天和大家说说早教！认真写了2小时，你们要好好看哦❤

👤小豆莪的英语启蒙课——斑马AI课：

🌟斑马AI课是全学科素质教育平台，拥有思维、语言等多个学科AI课程。

❤️老粉都知道小豆莪很小就有每天早饭后打卡英语的好习惯。除了父母监督，有趣的学习方式更能吸引小朋友爱上英语，培养主动学习好习惯，斑马AI课的AI互动教学和课程风格就特别有趣：

📺课程风格：动画风格+北美外教真人情境故事，瞬间吸引孩子目光，爱上斑马AI课，一节课要看好几遍。课程环节通过AI技术引导孩子听力，开口，动手上多感官的互动，知识掌握得牢。

🌟🌟🌟三星评分培养孩子信心

斑马AI课的AI可识别孩子互动答题发音准确度并以三星维度进行打分。小豆莪已经对三星着了魔：比如跟读英语，不是三星就会一直重新再读，和自己比赛；

🏆上课和体验课程中的三星打分都会奖励斑马币，可以当现金在斑马商城购物(包含玩具、文具、生活用品等)。✅答对赢斑马币激励宝宝，更有趣学，小豆莪对兑换到的玩具爱不释手(图一的单词大书就是豆莪用斑马币兑换的)。

👤纯正北美外教+专业老师辅导：

斑马AI课是纯正北美外教教学，课后有专业老师辅导：老师每天会在线点评陪伴，父母比较省心。

🕒学习时间很自由：每次约十五分钟，每周五天(3次新课,1次复习,1次外教直播互动)；

📖每节斑马英语课都有实体教材附送：

报了年课每月会寄送随礼礼盒到家，还额外赠送点读笔礼盒。实体教材形式有趣，画质高清、种类繁多，都可以点读，父母英文差也完全不害怕。

🌟课程体系非常系统，内容循序渐进，小豆莪很快适应并愿意持续学习，学完S1还想学S2。

🌟S1-S5级别课程各有重点：

◁2-4岁S1:英语启蒙入门，重点培养英语熟悉度和亲近感,有趣的故事等形式,让英语作为一门语言进入孩子生活,愿意开口说英语,积累词汇。

◁4-6岁S2:英语启蒙基础,适合英语零基础及没有系统学习经验的小朋友，重点在英语兴趣培养和初级语言意识开发。

◁6-8岁S3:听说、读、写、自然拼读等全方位提高英语水平,强化字母书写,注重培养实际场景中英语交流。

◁学完S3学S4, S5, 培养实际场景中的英语交流能力,方便融入学校生活；

❤️豆莪超级爱的宝藏课分享给你们-“斑马AI课”

@曹队长 @曹宝宝

引导行动



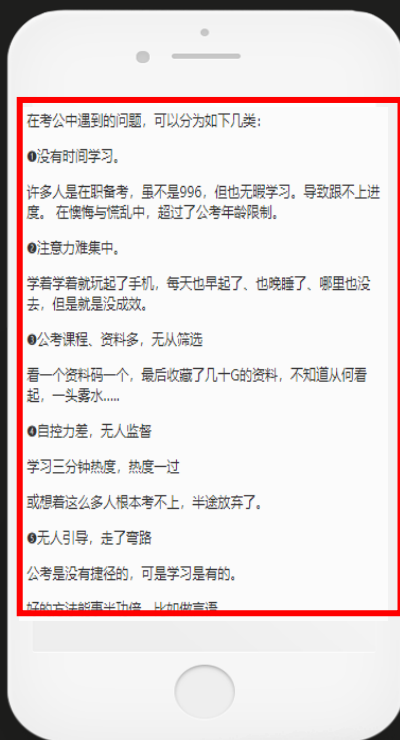
小红书

图文案例

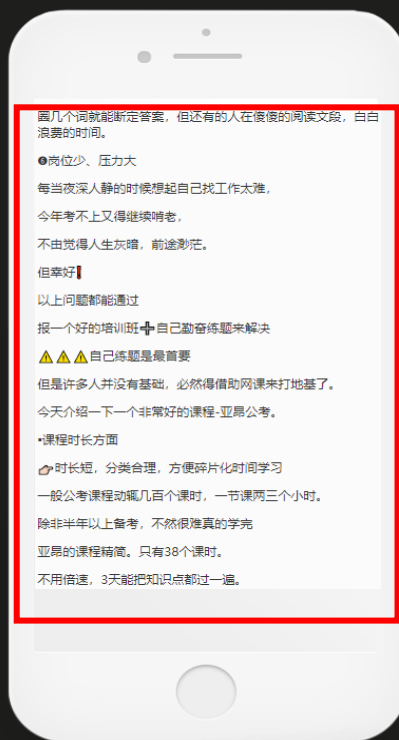
提升空间：本案例CTR高，美女+痛点做封面；干货类内容，收藏数4049接近点赞数，是一则比较优质的种草笔记；但是缺乏行动引导和卖点的突出，作为leads成本会偏高。



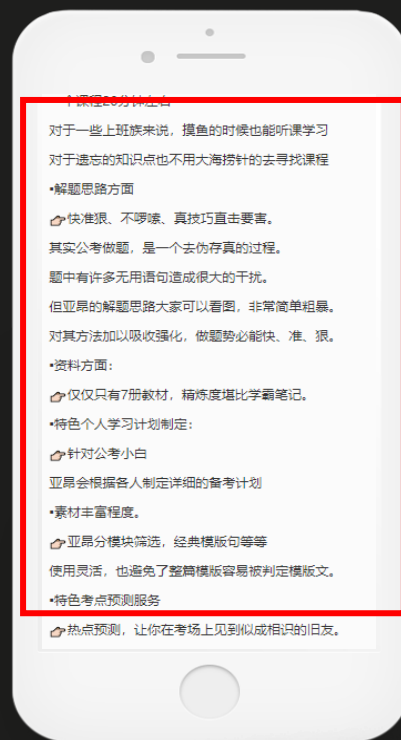
人物形象
产品使用图



痛点共鸣
篇幅过长



产品卖点介绍



产品卖点介绍

视频案例

提升空间：本案例在投素材CTR1.42%，封面人物高颜值或者展示专业性可有效提高CTR；但二跳在2%–3%之间，内容比较优质，可借鉴。



共同的问题痛点



早教的重要性



产品展示画面



孩子使用产品情况



利益点强调引导行动

视频案例

提升空间：本案例视频节奏快，卖点明确，结构清晰是可以借鉴的部分；
但封面的美观度还可以提高，最后的引导太于突出品牌，有些突兀。



背景/问题



快速的产品体验



个人感想



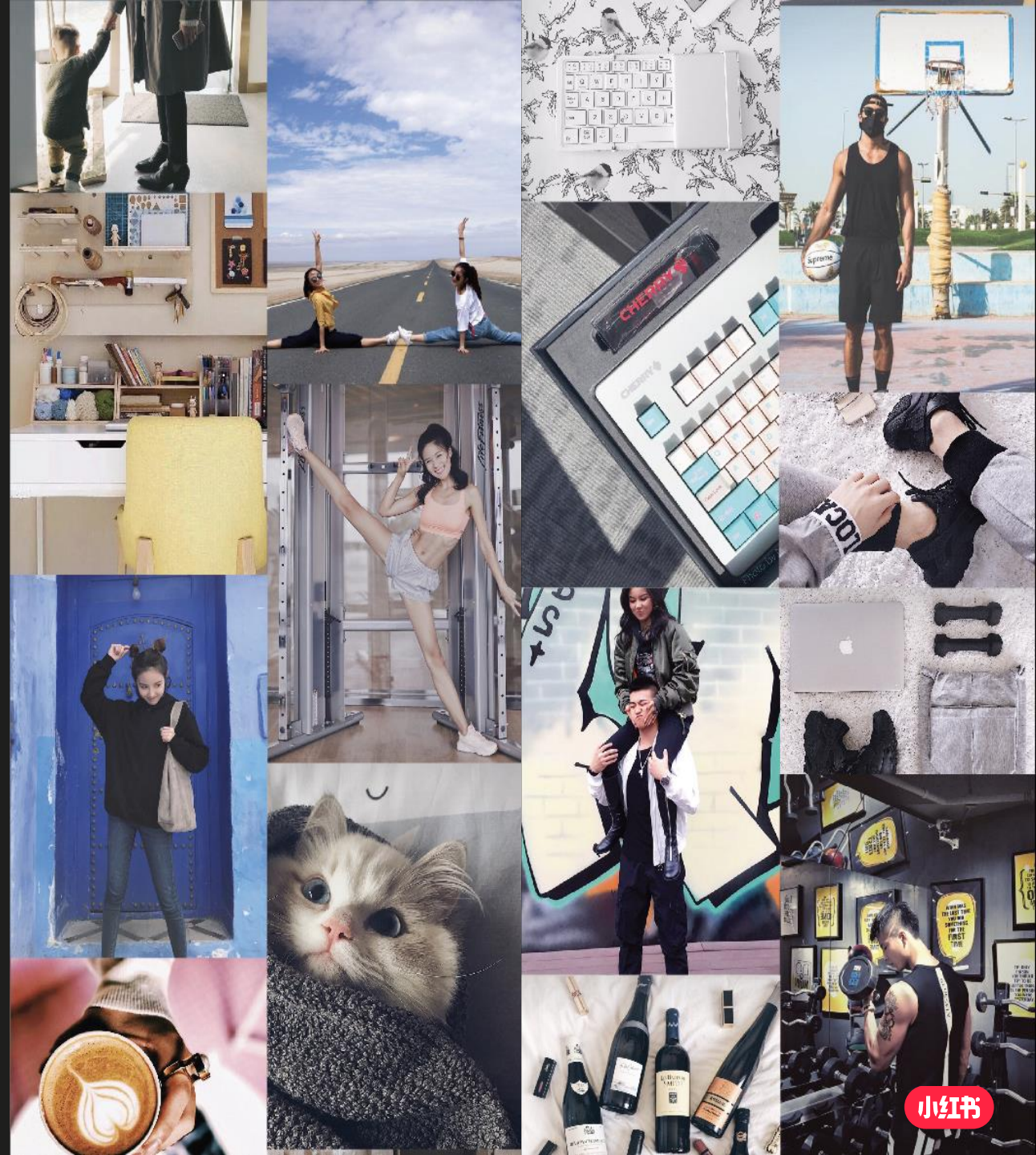
使用产品效果



利益点强调引导行动

注意点

- 图文和视频都需要生活场景化，体现真实性
- 封面美高颜值，不能过度P图，标题内容不要夸张
- 禁止使用绝对用语：国家级、最、第一、绝、极、顶
- 不可以涉及与其他品牌/产品进行比较，贬低、攀附其他品牌/产品的描述
- K12教育特别注意受益人不可以出现
- 涉及事实性描述，请于投放号后台上传相关证明；
- 产品成分与功效在笔记中不可提及
- 若视频使用外文歌曲，需在视频或笔记中标明外文歌曲名称
- 视频出现模糊，卡顿，回音等画面差内容，避免影响用户体验，请修改或删除
- 如是品牌合作人自己发出，无需提供肖像授权；如不是，需提供肖像授权



素材Checklist

图文类笔记：

- ☐ 图片尺寸 1:1/ 4:3/ 3:4
- ☐ 文字直白易懂
- ☐ 封面和标题一致
- ☐ 评论区互动引导
- ☐ 有卖点（封面/标题/文案）
- ☐ 有针对目标用户
- ☐ 定位精准
- ☐ 色调/风格一致
- ☐ 没有太高饱和颜色
- ☐ 不过度PS修图
- ☐ 注意分段，适当实用emoji进行分隔

视频类笔记：

- ☐ 格式符合在长度5分钟以内，视频尺寸9:16/ 1:1/ 3:4
- ☐ 快节奏BGM
- ☐ 内容直白
- ☐ 有字幕有配音
- ☐ 有卖点（封面/标题/文案）
- ☐ 不做长剧情视频
- ☐ 主角人设鲜明
- ☐ 15秒内说重点
- ☐ 有卖点利益点（封面/标题/文案）
- ☐ 图文一致
- ☐ 评论区互动引导

DON'T DO

抖音式内容

搜索大字报

口号式文案

素材无定位

图文不符

不互动

THANKS

2020.07.17