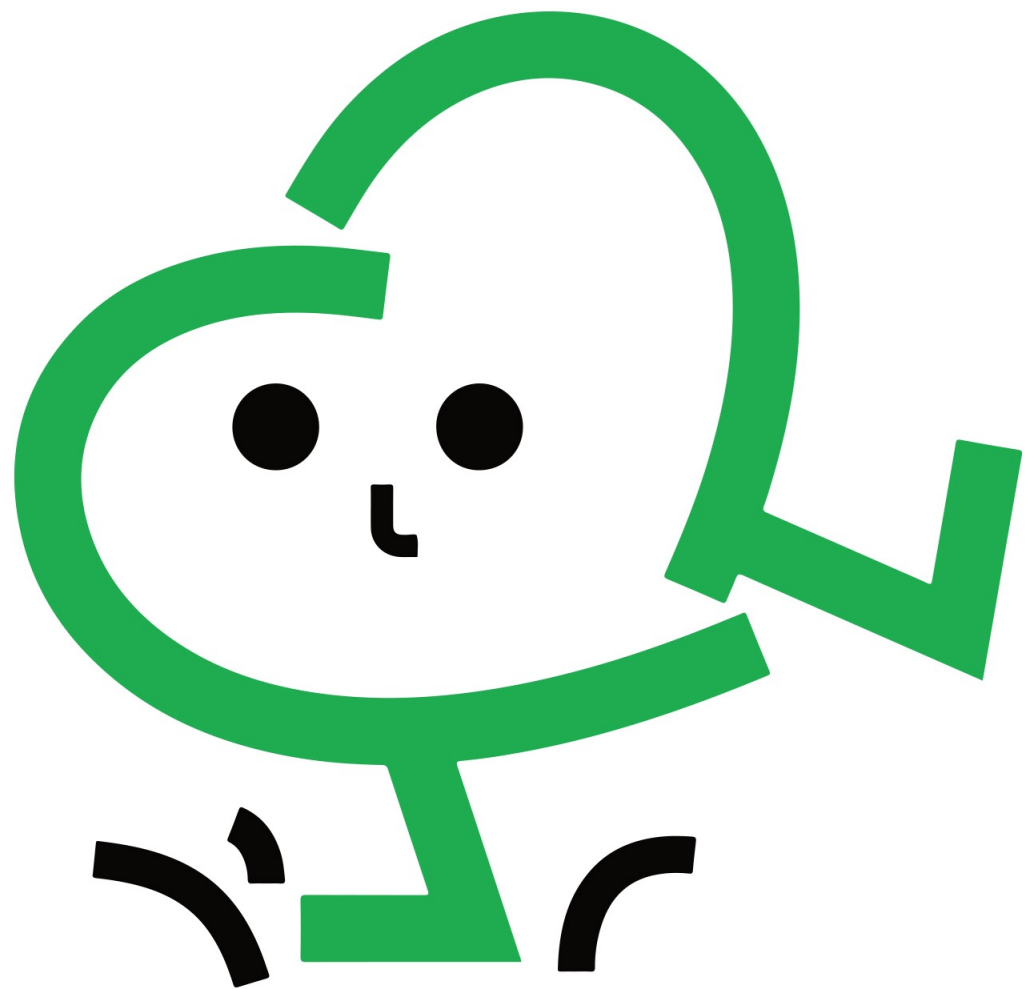


小红书

影美行业 三步上篮系列课

第一步 冲流量 起跑

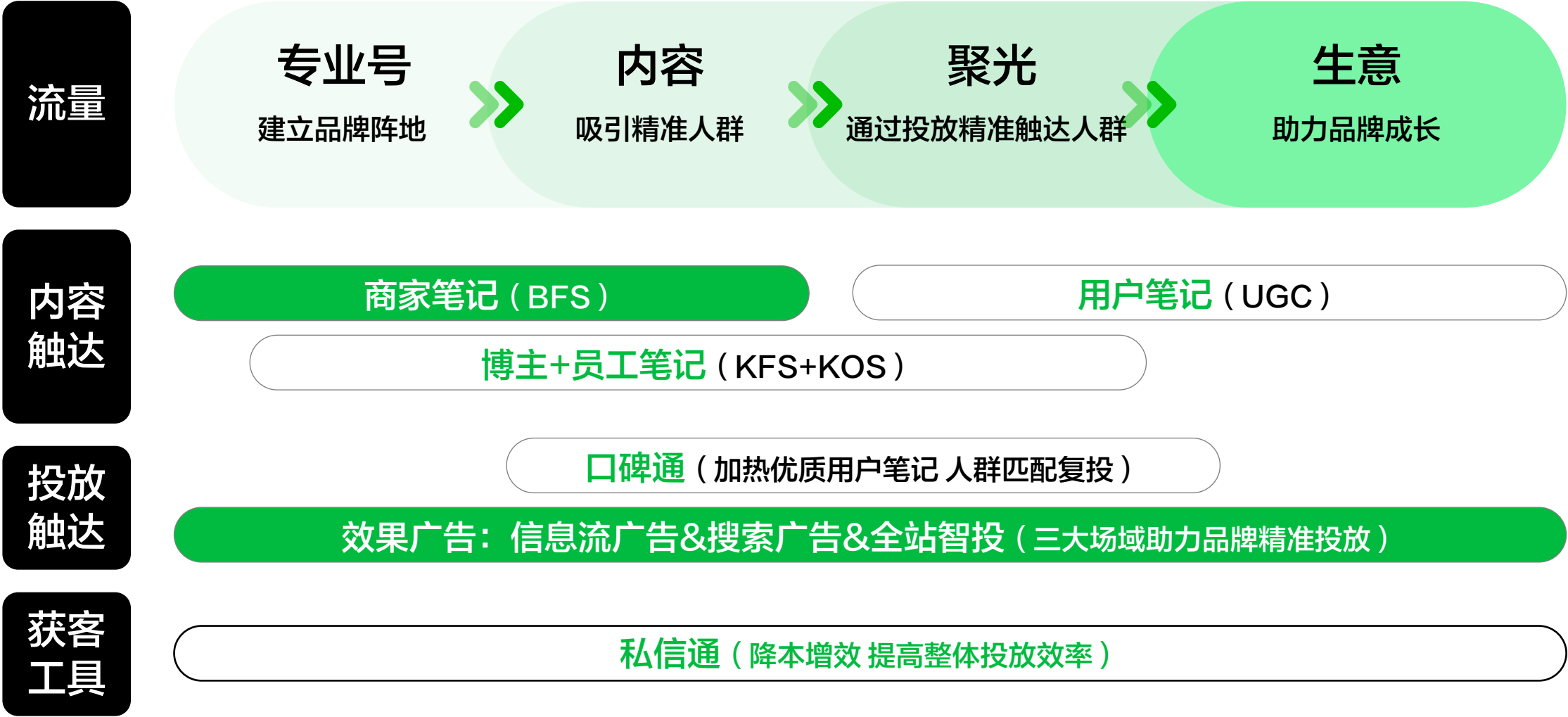
影像婚美运营赋能专场



影美行业玩法三部曲

三部曲	1-流量 初阶课程	2-效率 进阶课程	3-品牌 高阶课程
核心指标	CTR/冷启通过率	成本/ROI	AIPS/声量
系统	聚光/私信通		
产品玩法	信息流&搜索&全站	KFS&KOS&口碑通&SPU	IPx效果广告
重点建设	1.专业号-建设品牌阵地 2.好内容-提升品牌营销上限 3.好投放-决定品牌营销下限	1.更好的笔记来源 2.产品的玩法多样 3.投放策略的重要性	通过效果广告*IP营销 从行业用户到品牌用户

营销就来小红书

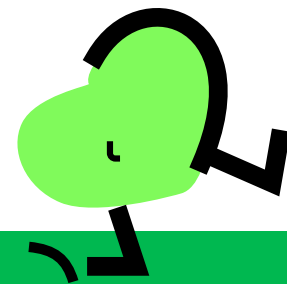


目录

PART 01 聚光平台介绍

PART 02 摄影行业-聚光平台投放指南

PART 03 摄影行业-投放常见问题



PART 01

聚光平台介绍

投前准备 | 链路介绍 | 产品能力介绍



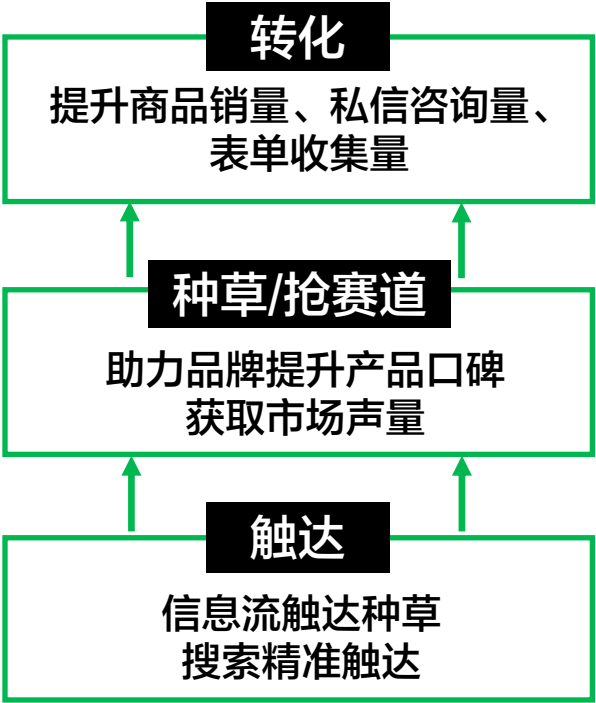
小红书投放小课堂 核心两大平台



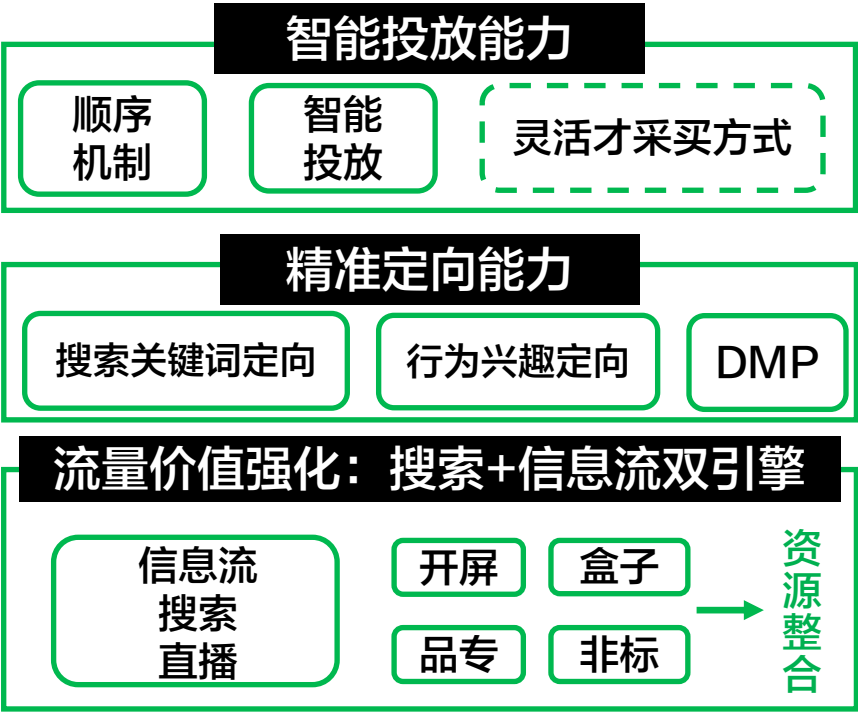
聚光平台介绍：什么是聚光平台

聚光平台

广告投放诉求



广告投放引擎



小红书投放小课堂 私信通



聚光平台介绍 投前准备

账号基础建设

- 1. 专业号认证
专业号是小红书进行商业活动的入场券
- 2. 账户主页装修
 - 企业名片、服务互动区、内容资产区
- 3. 熟知账户权益
 - 社区运营（搜索权益、数据洞察、抽奖笔记、商业话题等）
 - 店铺经营（开店、带货、商品笔记、账号关联）
 - 商业推广（品牌合作、效果广告）
- 4. 社区规则

广告投放准备

- 1. 专业号开户
- 2. 广告资质认证
 - 账号信息、主体信息、行业资质
- 3. 聚光平台登陆
 - 账户密码登录
代理商主账户登陆跳转子账户
- 4. 账户充值
 - 支持线下汇款&支付宝线上充值

聚光平台介绍 投前准备-专业号包装

01

个性化人设

根据企业品牌调性
拟定个性化设

企业号名称

企业号简介

私信沟通话术

02

丰富主页功能

根据品牌不同阶段需求
添加企业号插件功能

活动话题

店铺

自定义菜单

关键字回复

03

准备优质笔记

挑选主推产品
撰写多篇优质笔记

封面有亮点

图片人景结合

导语精简

标题突出关键字

正文有用有趣

添加热门话题

04

开始笔记投放

测试、筛选优质笔记素材
加大曝光，触及意向用户

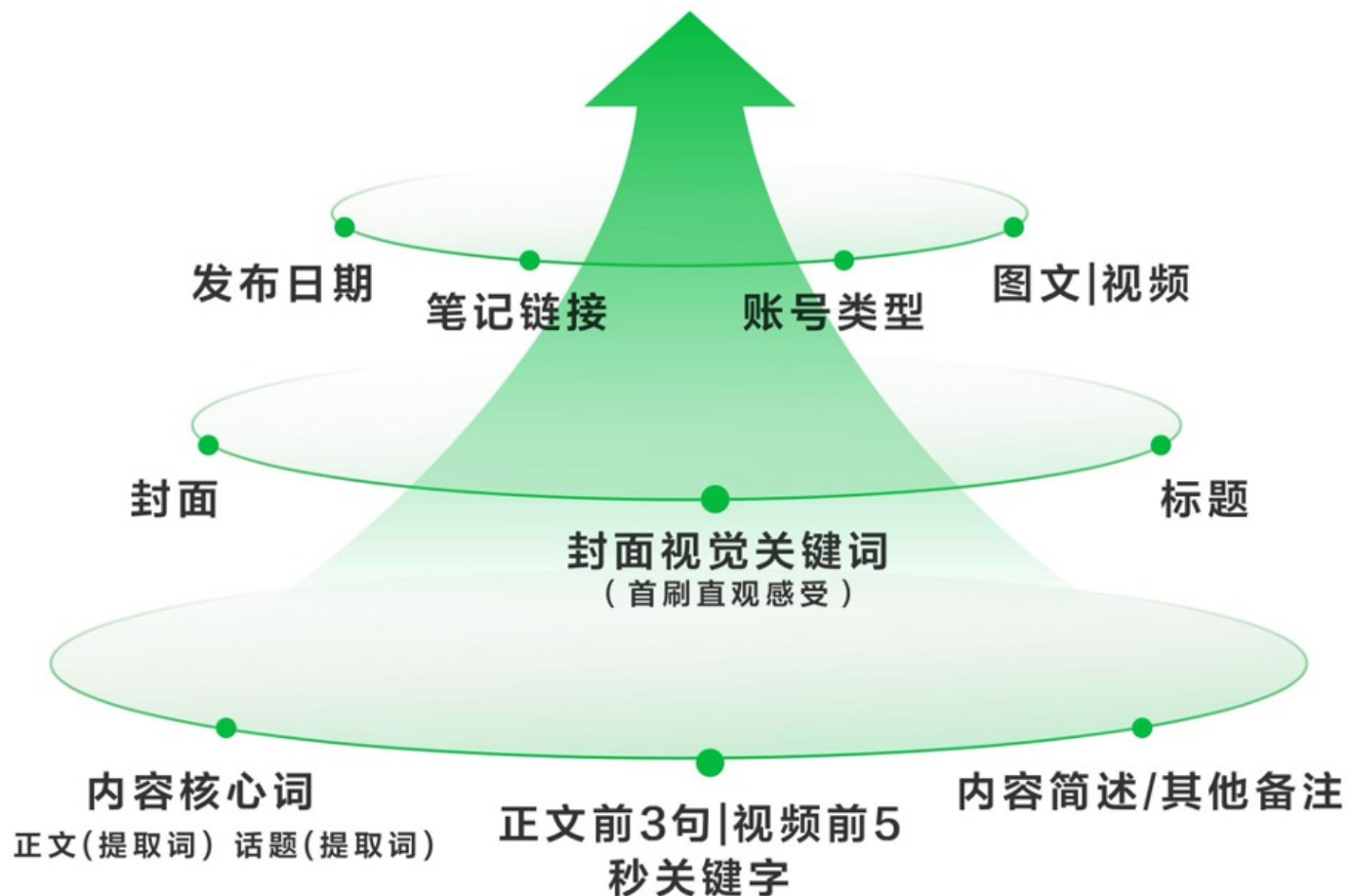
薯条

信息流广告

搜索广告

聚光平台介绍 投前准备-优质内容很重要

分析维度



提炼影像婚美行业标题的结构要点

● 巧用数字

公式1：圈定人群+数字+感受

情侣必做的100件恋爱清单甜蜜十足

公式2：数字+冲突对比+爽点

6000多就能拍的三亚云南婚纱照|8服8造+酒店

公式3：数字+痛点+解决方案

26岁母胎单身在xhs参加活动脱单了

● 情绪表达

公式1：情绪+八卦猎奇

劝退!!原来写真这么多要注意的

公式2：圈定人群+解决方案

周末的剧本杀拯救了社畜的无社交

公式3：圈定人群+情绪化+“我”

i人社交真的很难，有人组织我真的好爱！

● 提出问题

公式1：反问+细分人群

没拍过写真的人到底该怎么选风格？

公式2：反问+解决方案

妈妈喜欢的婚纱照款式不喜欢咋办？拍两套！

公式3：圈定人群+痛点+提问

婚礼全程不管会翻车吗？当然会啦！！

● 攻略/清单

公式1：圈定人群+抄作业

怎么选婚庆公司，跟着抄作业就对了

公式2：圈定人群+痛点+开放式结尾

月薪4000想拍疯批美人，你需要知道这些

提炼影像婚美行业关键词的植入要点

↓ 解读一下怎么植入关键词

新品牌侧重			
品类词	人群词	风格词	痛点词

长效品牌侧重				
品牌词	品类词	风格词	人群词	痛点词

除了侧重点外，
关键词布局比例



- 品牌词
- 品类词
- 风格词
- 人群词
- 痛点词



- 节日节点
- 行业热季
- 短期热量大的搜索词

热词

筛选关键词注意点

- 品类内关键词搜索量高的
- 目标用户的互动提及多的
- 竞品品牌布局频率高的词

规律总结，参考适配类目的发布时间

发布时间

小红书用户活跃时间段：**16点-18点、20点-23点** 在用户活跃的高峰时期发送笔记，通常推荐效果会比较好



笔记发布后的**1-2个小时**，赞藏评数增长越快，就越容易被小红书平台判定为优质笔记，做进一步的推荐，更容易催生爆款

不同类型笔记推荐的发布时间

穿搭类
11:00
19:00-23:00

护肤类
20:00-23:00

医美类
19:00-22:00

美妆类
11:00
18:00

情感类
21:00-2:00

萌宠类
12:00
19:00-23:00

家居类
18:00-23:00

学习类
9:00-11:00

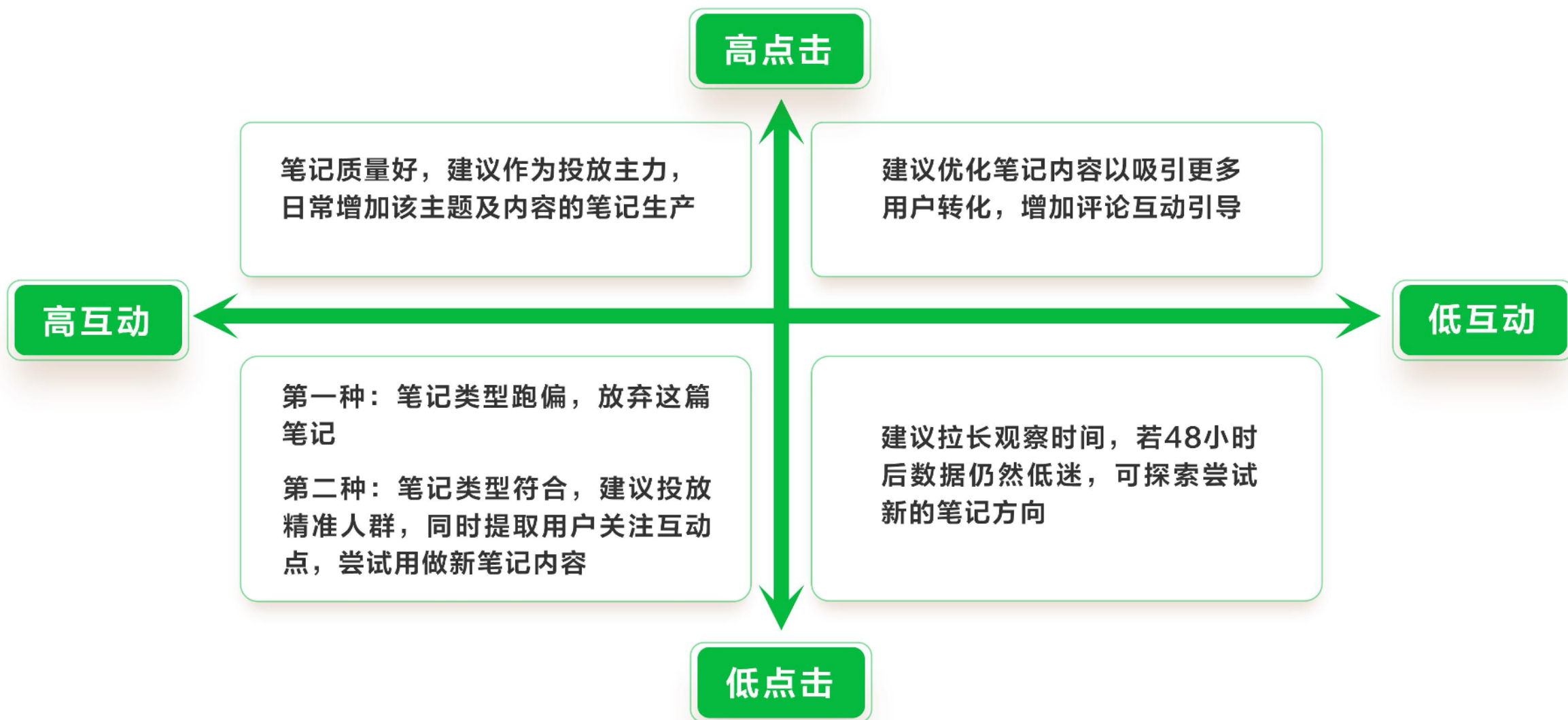
摄影类
19:00-22:00

美食类
12:00
18:30

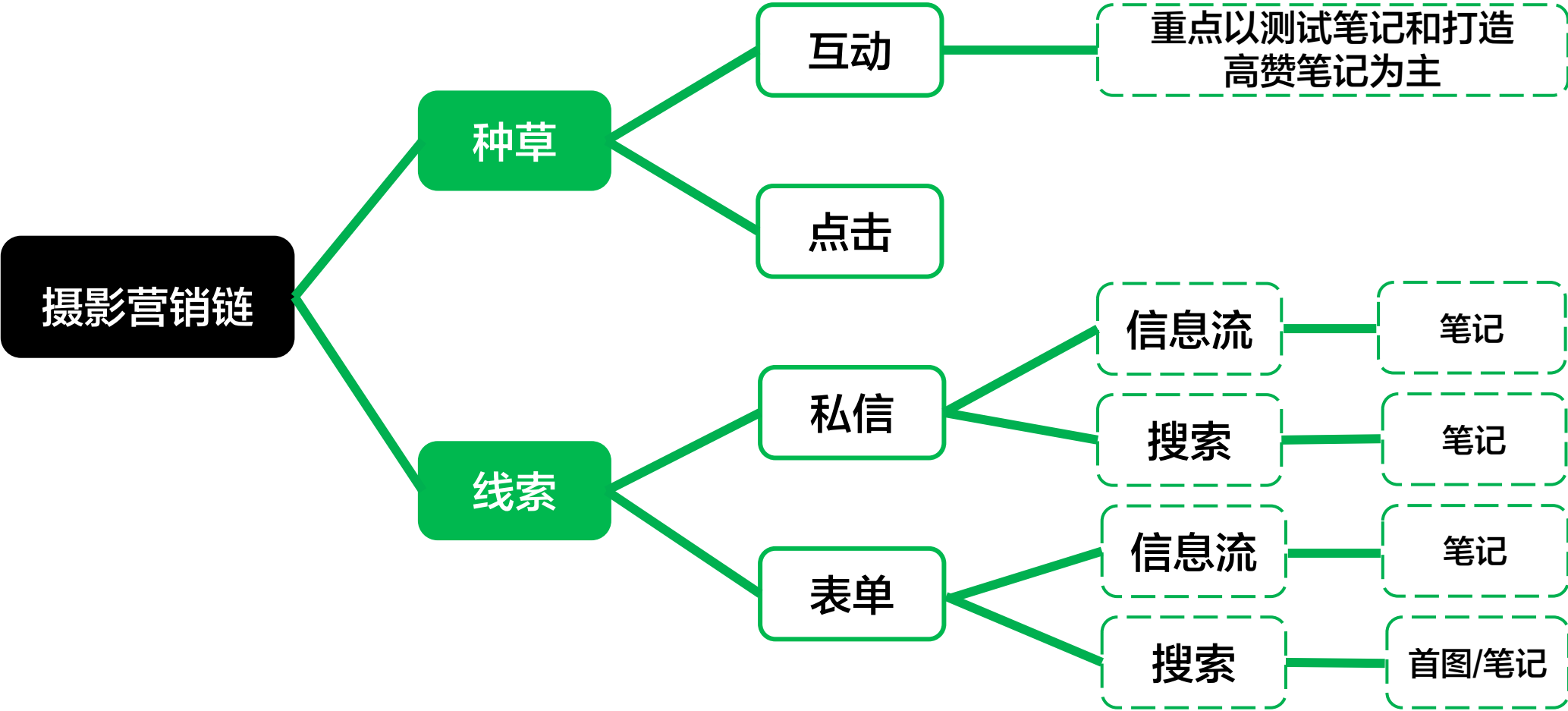
娱乐类
11:00-14:00

母婴类
10:00
22:00

总结一下，判断优质笔记价值很重要



聚光平台介绍-行业链路概览



聚光平台介绍-行业链路概览（私信链路）

广告类型

信息流广告

搜索广告



前段广告展示至目标用户



笔记缩略图
笔记封面+标题
吸引用户



笔记详情页
笔记内容促进
用户了解

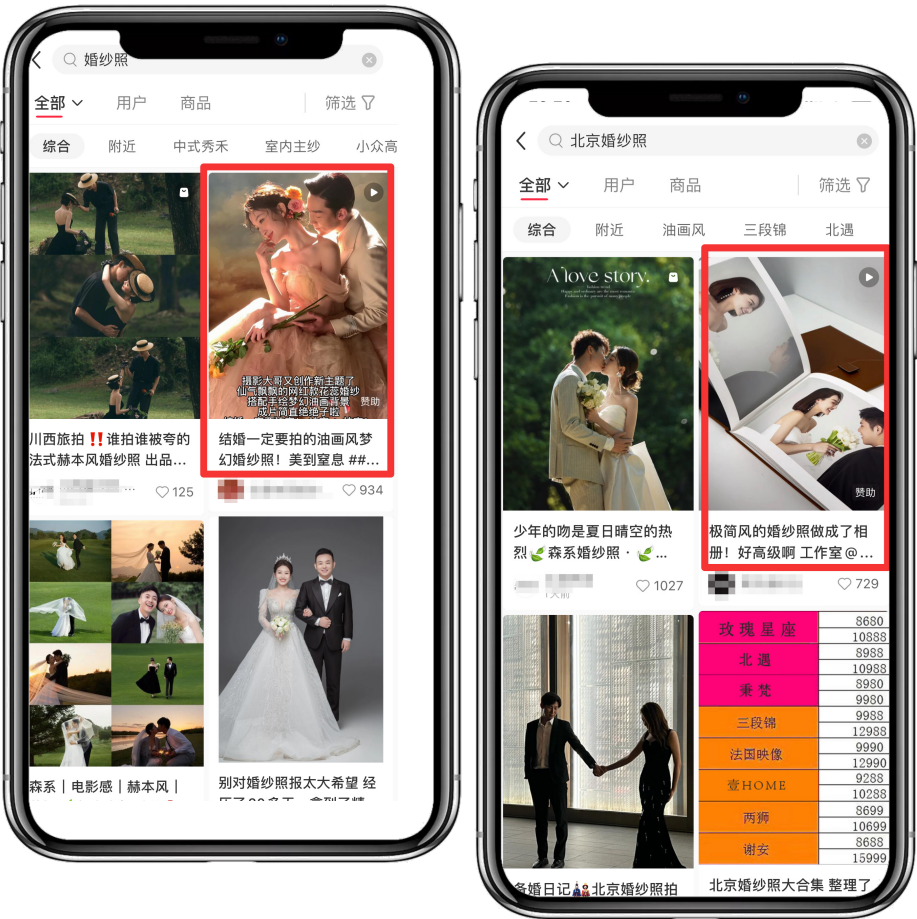


私信聊天界面
回复用户消息
促进转化

聚光平台介绍-行业链路概览（表单链路）



搜索广告介绍-广告在哪里展现？



根据自己的产品或服务的内容、特点等，自主购买相关的关键词，进行定向投放

推广位：

3+Xn（X为7-13之间浮动）比如当X为10时，推广位为第3位、第13位、第23位等

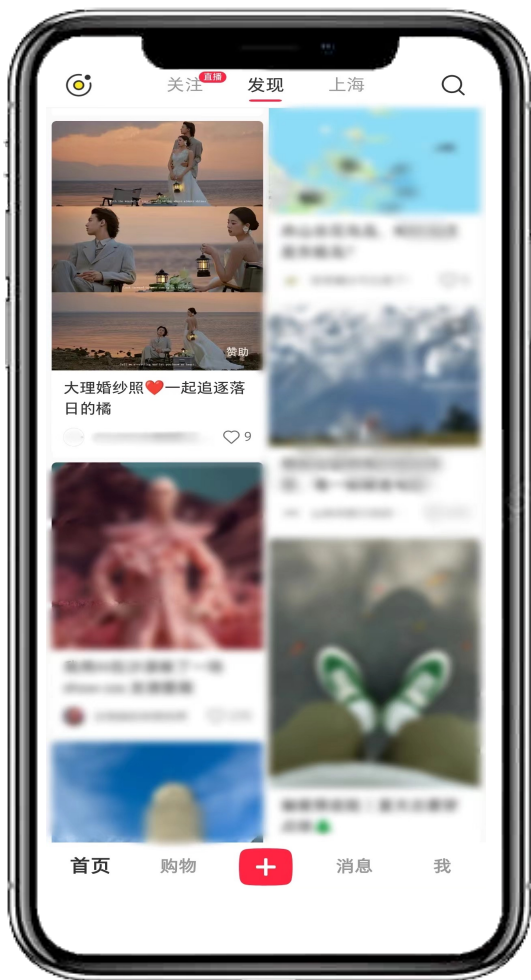
核心优势：

- 生命周期长
- 后端线索质量好

搜索广告介绍-产品具备哪些能力?



信息流广告介绍-广告在哪里展现？



指在社交媒体用户好友动态或者资讯媒体、视听媒体内容流中的广告。小红书信息流也是小红书平台中主要售卖产品之一。小红书信息流广告帮助用户在发现页探索新的消费信息和生活灵感。

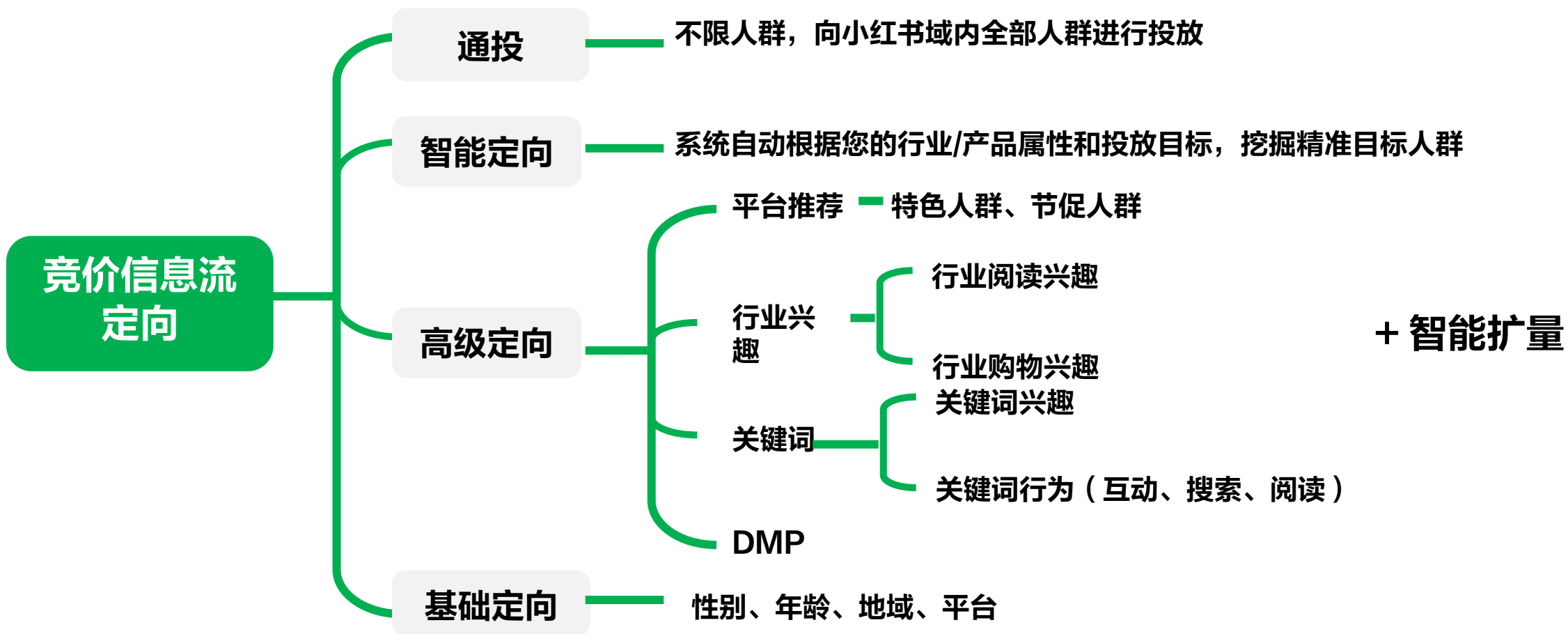
信息流广告位：

发现页频道，信息流广告随机出现在发现页从6起顺位+10依次递增

信息流广告适用的场景：

- 希望有精准曝光和触达
- 希望提升曝光、持续种草、沉淀口碑、培养用户心智

信息流广告介绍-产品具备哪些投放能力?



全站智投广告介绍-广告在哪里展现？

全站智投通过智能投放到小红书站内所有广告场景（信息流+搜索等）


小红书聚光

推广管理 / 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

客资收集

计划基本信息

计划名称

客资收集_计划_20230821_150138

23/50

广告类型

全站智投

搜索推广

信息流推广

视频流推广

[全站智投] 能力升级，覆盖视频流场景，推荐添加“视频笔记”拿量效果更佳。[了解详情](#)

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](#)

广告位次：

信息流6+10n，视频流6+10n，搜索3+10n

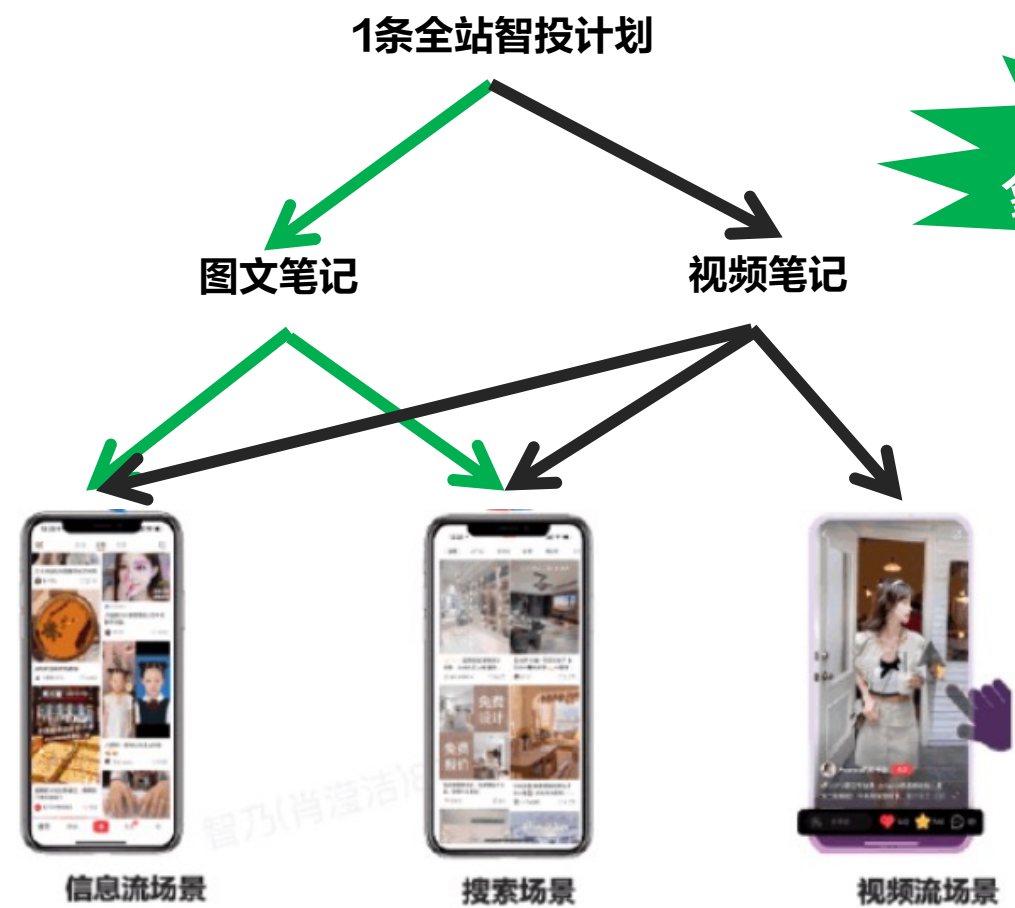
计费方式：

全站智投计划的计费=信息流的点击计费+搜索点击计费+视频流曝光计费（视频流是系统在目标成本上按照预估转化率折算为cpm去计费）

数据报表：

归纳进全站智投计划的数据统一展现；视频流中「观看视频5s」算1个点击；平台即将新增加整体完播率、平均播放时长字段

全站智投广告介绍-全站智投具备哪些能力？



拿量能力UP

视频流的广告路径



1. 发现页双列点击视频笔记，进入内流
2. 内流中期视频刷到投放的广告
3. 客户产生兴趣，点击营销组建进行转化

全站智投广告介绍-适合用全站智投的客户

a.考核效果KPI的同时要尽可能放量的客户（如大促、上新期间）

b.希望系统智能探索拿量，不流量场景的客户

c.有视频笔记素材，需要给视频笔记拿量的客户

d.平台新客户，希望快速上手开启投放的客户

PART 02

摄影行业-聚光平台投放指南

广告创编 | 投放工具 | 投后数据管理



广告创编-账户结构概览

创建广告入口

登录聚光平台-进入【广告】页面-点击新建广告

账户结构

计划

单元

创意1

创意2

创意N

新建广告由推广计划、推广单元和广告创意三个层级组成

手动出价计划下，一个计划支持创建多个单元

自动出价计划下，一个计划仅支持创建一个单元

一个单元下均可创建多个创意

核心设置

【计划层级】营销诉求，广告类型，推广目标，出价方式，计划预算

【单元层级】推广标的，定向，出价

【创意层级】转化组件/前链创意

广告创编-如何搭建营销诉求

🌸 小红书聚光

概览 推广 报表 工具 资产 财务 种草参谋

🔔

💰不足

?

新建广告

×

⚠️ 现金余额已不足，为避免影响投放，请您尽快充值 [去充值](#)

💳 账户余额(元) 0.00 充值

📅 日预算(元) 500.00 修改 定时任务

💰 日消耗(元) 0.00

📊 消耗进度 0%

营销诉求

推广数据

总消费

¥0

环比: -

总展现

1

环比: -91.67% ▼

总点击

1

环比: 0.00% ▲

总点击率

100%

环比: 1100.48% ▲

计划 单元 创意 定向 关键词

数据范围 20

+ 新建广告

🔍 计划筛选

计划名称 ▼

🔍 请输入计划名称 0/50

计划名称	操作	营销诉求 ▼	广告类型 ▼	计划状态 ▼	计划诊断	搭建方式 ▼
合计 8840 条记录		-	-	-	-	-

🔒

产品种草

吸引您的目标受众产生购买欲望，或增加其使用产品或服务的兴趣

👤

抢占赛道

快速提升产品/品牌在某一赛道/场景下的影响力，抢占/强化用户心智

🔄

商品销量 ①

吸引您的目标受众进入您的店铺或购买店铺商品

💬

客资收集

吸引您的目标受众提交销售线索或发起私信咨询

📺

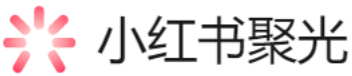
直播推广

吸引用户进入直播，提升直播间预热、互动和成交

TIPS 支持笔记、落地页等推广标的，支持表单提交量、私信咨询量、落地页访问量等推广目标

产品入口：推广-新建广告-选择营销诉求

广告创编-如何搭建计划



推广管理 / 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 ✕ 23/50

广告类型 ① 全站智投 搜索推广 信息流推广 视频流推广

「全站智投」能力升级，覆盖视频流场景，推荐添加“视频笔记”拿量效果更佳。[了解详情](#)

广告类型：根据上文流量位的介绍选择适合商家的广告位

推广标的类型 ❗ ☒ 笔记 ② **推广标的类型：**笔记：信息流/全站/搜索/视频流 笔记/落地页：搜索
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](#)

广告创编-如何搭建计划

目标和出价方式

推广目标 ①

表单提交量

私信进线量

私信开口量

私信留资量 ③

出价方式 ②

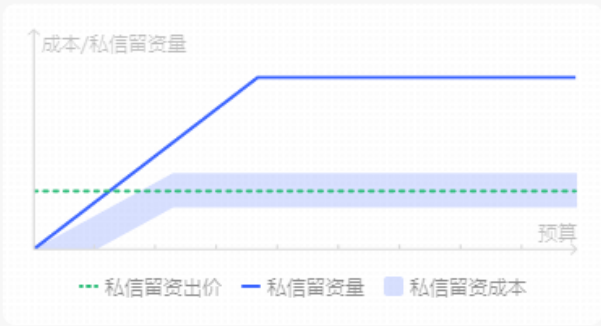
自动出价 设置目标成本，系统自动出价尽可能获得更多目标转化 ①

成本控制方式 ④

私信开口成本控制

私信留资成本控制

投放效果



适用场景

更关注目标成本，在成本可控的前提下帮助广告主最大化获得推广目标量。

特点

单元层级设置私信留资成本，私信留资成本相对可控，在出价范围内上下浮动。

客资自动识别 已为您自动开启客资识别能力，将对您品牌的私信对话中的用户留资信息进行识别和记录，统计的留资转化数据可用于投放模型优化，您可

计划预算 ⑤

预算类型

不限预算

指定预算

不限制当前计划每天的消耗上限。开启后将自动消耗账户余额（包括新增充值），不支持成本控制方式为「自动控制」的计划

推广目标

种草：互动量/点击量

客资：私信留资 > 开口 > 咨询/表单

成本控制方式

比如推广目标选择【私信留资量】，
成本控制方式为【私信留资成本控制】

计划预算

计划预算种草计划至少300

线索计划预算设置是综合成本的5倍

（比如：某婚摄客户1号-7号综合成本250，则计划预算设置1250）

节假日需要抢量，可开启节日预算上浮

广告创编-如何搭建单元

单元基本信息

单元名称

产品种草_单元_20230818_175814

23/50

推广标的

推广笔记

添加笔记

一键清除

图片	笔记id	描述	创建时间	作者	阅读数
	64df299e00000000a0186c7	#健康新主食选北纬47[话题]#	2023-08-18 16:19	测试账号	0

单元层级添加的笔记/商品将自动为您生成多个创意，并用于广告投放。在新建流程中，若想新增或删除笔记/商品，请在单元层级修改。

定向

定向类型

智能定向

为了帮您达成更好的投放效果，系统将为您智能定向全站营销场景的精准人群

更多筛选条件

展开性别/年龄/地域/平台等设置

出价

目标成本

3

元/次互动

该计划的成本控制方式为「互动成本控制」，您当前的目标成本设置单位为「元/次互动」

添加笔记

合作笔记

我的笔记

导购笔记

笔记形式 不限

SPU 不限

优质笔记

图片	描述	预告名称	预告开播
	-		1970-01-01 C
	-		1970-01-01 C
	-		1970-01-01 C
	-		1970-01-01 C
	-		1970-01-01 C
	-		1970-01-01 C
	poi poi		1970-01-01 C

推广笔记

笔记类型：蒲公英达人/官号/导购笔记

定向类型

全站：智能定向
搜索：关键词定向
信息流：通投/智能定向/高级定向
视频流：通投/智能定向/高级定向

出价

新账户按照行业大盘出价，老账户参考周期成本进行出价，上下浮动10%-20%

广告创编-如何搭建创意

创意1

创意名称

产品种草_创意_20230727_1

18/25

已选笔记

①

图片	笔记id	描述	作者	阅读数	互动数	阅读率	阅读互动率	SPU	操作
	64c2215d000000001700dafa	我的笔记-直播预告	测试名字	0	0	-	-	去绑定	添加预审ID 添加监测链接

智能创意

开启

关闭

开启智能创意后系统默认匹配优选封面及标题，可在发布后继续修改

③

封面优选 ⓘ

☒ 开启

☐ 关闭

标题优选 ⓘ

☐ 开启

☒ 关闭

②

转化组件 ⓘ

☐ 无

☐ 落地页组件

☒ 私信组件

☐ 门店组件 NEW

☐ 搜索组件 NEW

组件位置

☒ 互动栏胶囊 ⓘ

☐ 置顶评论 ⓘ

组件按钮文案

☒ 立即咨询

☐ 立即参与

☐ 立即领取

☐ 立即预约

[应用至所有创意 ⓘ](#)

推广笔记

推广标的为笔记时，可以选择挂接转化组件，吸引用户产生行动转化。
推广标的为落地页或前链图时，需要设置创意封面

转化组件

智能创意需选择是否开启封面优选和标题优选
线索行业一般选择落地页组件或者私信组件

创意封面

封面优选通过优选算法模型，挑选图片作为笔记封面备选，最终展示点击率最高的封面图片，优选后笔记点击率预计提升15%左右

广告创编-创编能力总结

	产品种草	抢占赛道	商品销量	客资收集	直播推广
营销诉求	吸引您的目标受众产生购买欲望，或增加其使用产品或服务的兴趣	快速提升产品/品牌在某一赛道/场景下的影响力，抢占/强化用户心智	吸引您的目标受众进入您的店铺或购买店铺商品	吸引您的目标受众提交销售线索或发起私信咨询	提升您直播间的观众量和人气
推广标的	笔记	笔记	笔记、商品	笔记、落地页	笔记
推广目标	点击量	点击量	访客量	表单提交	有效观看
	互动量		成单量	私信咨询	直播间成交
			ROI	私信开口	

投放工具-什么是关键词规划工具

提供多种推词方式，帮助广告主快速完成选词决策

投放工具

定向人群(DMP) ▾

 抢排位工具

 关键词规划工具

内容工具

Y 优秀创意

 笔记管理

SPU管理

 蒲公英

账户工具

 子账号管理

 推广资质认证

关键词规划工具

智能推词

行业推词

以词推词

关键词词包

类 目

生活服务 / 婚纱摄影 / 通用 

属性

婚纱照攻略 × + 5

效果类型

 高点击

[下载](#) [全部添加](#)

关键词	推荐理由 	竞争指数 	月均搜索指数 	市场出价(元)	操作
婚纱照	高点击 同行买词	高	1772289	2.5	已添加
婚纱照风格	高点击 同行买词	高	1169766	1.76	已添加
结婚照	高点击 同行买词	高	124604	1.6	添加
旅拍	高点击 同行买词	高	98265	2.33	添加
婚纱照修图	高点击 同行买词	高	97760	0.99	添加
婚纱照注意事项	高点击 同行买词	高	93659	1.68	添加

已选关键词(2/1000)

统一修改 v

关键词	匹配方式 	出价
婚纱照	短语匹配 	2.5
婚纱照风格	短语匹配 	1.76

投放工具-什么是抢排位工具

帮助广告主优化搜索广告展现排名位次，在同类目中通过靠前位次拿到更多曝光

概览

推广

报表

工具

资产

财务

种草参谋

12

不足

投放工具

定向人群(DMP)

标签人群

私有上传人群

抢排位工具

关键词规划工具

内容工具

优秀创意

笔记管理

SPU管理

蒲公英

账户工具

子账号管理

抢排位工具

方案管理

效果数据

实时排名

下载

查看关键词的效果数据

查看关键词的实时排名

修改关键词的目标排名和出价

关键词	状态	原始出价	当前目标排名	当前出价范围	目标位次曝光 ①	目标位次点击	目标位次消耗(元)	目标位次点击单价(元)
祖师爷童锦程穿搭	现金余额不足	1.34	第一位	1.34~10.72	0	0	0.00	0.00
婚纱礼服馆	现金余额不足	0.60	前三位	0.60~0.72	0	0	0.00	0.00
便宜好养的小宠物	现金余额不足	0.30	第一位	0.30~3.00	0	0	0.00	0.00
情人节礼物	现金余额不足	10.00	前三位	10.00~100.00	0	0	0.00	0.00
美发	现金余额不足	0.30	前三位	0.30~2.70	0	0	0.00	0.00

投放工具-什么是定向人群（DMP）

小红书DMP 是小红书商业化数据管理平台

小红书聚光

概览推广报表工具资产财务种草8不足

投放工具

定向人群(DMP)

标签人群

私有上传人群

抢排位工具

关键词规划工具

内容工具

新建标签人群

人群标签

输入关键词进行搜索

行业标签

行业搜索兴趣

行业阅读兴趣

穿衣风格偏好

时尚行业产品偏好

投放工具

定向人群(DMP)

标签人群

私有上传人群

抢排位工具

关键词规划工具

内容工具

优秀创意

笔记管理

收起侧边栏

小红书聚光

概览推广报表工具资产财务种草8不足

新建标签人群

内容偏好

内容态度

广告高互动

内容高互动

省钱内容偏好

促销敏感

成分敏感

囤货复购偏好

功效敏感

运算池1

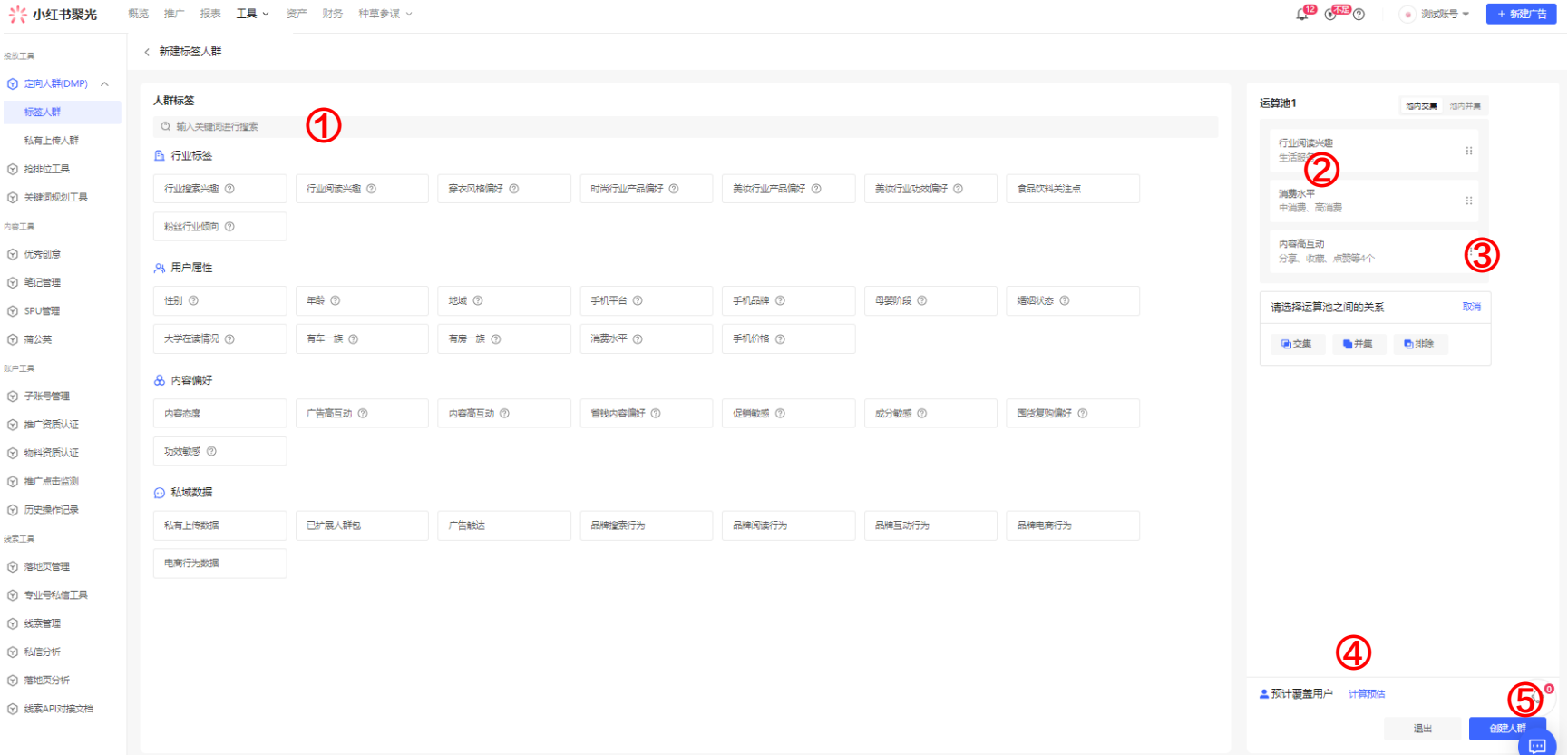
池内交集池内并集

请从左侧列表中添加标签

+ 添加运算池

投放工具-如何通过DMP新建人群

点击【新建人群】按钮，进入对应页面，实现通过小红书人群标签创建新的人群包



①标签池搜索：通过关键词搜索标签筛选

②将标签添加至运算池内

③筛选运算池内【交集】创建人群

④人群量级预估

⑤人群包创建并推送

投放工具-如何通过私有上传新建人群

通过离线上传一方数据进行人群创建

小红书聚光

概览推广报表工具资产财务种草

投放工具

定向人群(DMP)

标签人群

私有上传人群

抢排位工具

关键词规划工具

内容工具

优秀创意

笔记管理

SPU管理

蒲公英

账户工具

子账号管理

推广资质认证

物料资质认证

推广点击监测

历史操作记录

私有上传人群

上传具有数据源与小红书用户匹配，进行投放与数据研究。

上传人群

手机号加密工具

人群ID

私有人群名称	私有人群ID
xxx-xxx	14233878
xxx-xxx	14233877
xxx-xxx	14233875
xxx-xxx	14233873
测试人群	14233121
sha256	14226825
文件 1	14226806
测试上传outer	14225321
测试上传outer	14225290
8e977cb728-频次1_2次人群包	14223625

上传人群

此处必须上传加密的人群数据，如您的手机号需要加密，可点击后方工具。手机号加密工具

新建人群包

请输入人群包名称，最多20字

数据类型

☒ 手机号_MD5

☐ 手机号_SHA256

☐ IMEI_MD5

☐ IDFA_MD5

☐ OAID_MD5

上传文件

选择文件

文件模板下载

格式文件说明:

1. 每次仅支持上传一份csv文件;

2. 上传文件每行一个号码，行数不多于300w;

3. IMEI、OAID、IDFA均为小写后MD5加密，手机号为11位数字无空格MD5加密，32位MD5加密;

4. 上传多行时，最多支持 用户ID，订单时间，实付金额，标价金额，成交平台 五列;

5. 上传过程中需要一定的格式校验时间，请耐心等待。

6. DMP数据安全声明

上传人群：
小红书DMP支持用户手机号_MD5 / - SHA256 / IMEI_MD5 / IDFA_MD5 / OAID_MD5 方式上传人群

投放工具-如何设置SPU

[概览](#)
[竞价推广](#)
[品牌推广](#)
[数据](#)

[工具](#)

[资产](#)
[财务](#)
[学堂](#)
[成长伙伴](#)

Ctrl K

99+

不足

测试账号机审驳回

投放工具

定向人群(DMP)

抢排位工具

关键词规划工具

盯盘助手

开放API

SPU管理

投放排查工具

创意中心

商业内容管理

优质内容

SPU管理

+ 新建SPU

品牌/非标品绑定

绑定助手

SPU	SPUID	SPU类型	SPU层级	审核状态
123123	1615741	自主上传	产品	未通过

第三步 SPU属性

请补充SPU属性信息，更多的信息有助于广告的效果优化，多个描述词请用“、”进行分隔。

拍摄场景

拍摄地点

拍摄风格

主题颜色

适用人群

价格区间

取景地

时间/季节

其他

草坪、室内

三亚、长沙、厦门

欧式、唯美、电影感

红色

新娘、伴郎

3-5万、1万以下

故宫、迪士尼

春季、夏季

新建SPU

第一步 类目选择

SPU类目

第二步 基础信息

品牌名称

具体产品/服务(选填)

SPU地域(选填)

SPU名称

SPU图片

孕妇摄影

测试

如需提报具体的产品或服务，请输入内容

请选择SPU地域

测试孕妇摄影

上传图片

下一步

新建SPU

第一步 类目选择

SPU类目

第二步 基础信息

品牌名称

具体产品/服务(选填)

SPU地域(选填)

SPU名称

SPU图片

孕妇摄影

测试

如需提报具体的产品或服务，请输入内容

请选择SPU地域

测试孕妇摄影

上传图片

下一步

下一步

1

2

3

4

5

新建SPU

第一步 类目选择

SPU类目

第二步 基础信息

品牌名称

具体产品/服务(选填)

SPU地域(选填)

SPU名称

SPU图片

下一步

1: spu创编入口

2: 新建spu

3: 填写基础信息

4: 填写spu属性，尽可能契合，而非填满

5: 等待审核

投后数据管理-什么是**报表**的“页面”

数据报表页面为广告主提供数据监控、分析、复盘等多种能力。助力广告主提升科学化投放，精细化运营水平

概览推广**报表**工具资产财务种草参谋

广告账户广告计划广告单元广告创意笔记关键词SPU

2023-08-02 至 2023-08-08 更多筛选

整体走势时段分布 以下为聚光平台的数据总和

总消费¥0 环比: -100.00%

总展现26 环比: -94.63%

总点击2 环比: -88.89%

总点击率7.69% 环比: 106.72%

平均点击价格¥0 环比: -100.00%

总消费

总展现15

总展现12

投后数据管理-报表概览

广告管理

数据报告

广告投放报表

投放工具

财务管理

账号管理

广告账户

广告计划

广告单元

广告创意

笔记

切换广告层级

2022-03-23 至 2022-03-29

选择计划

更多筛选

营销目标: 抢占赛道

出价方式: 自动出价

展示次数: 大于 5

清空

整体走势

时段分布

支持按日期或时段展示

显示汇总数据

总消费

¥79.69

环比: -81.09%

总展现

8,823

环比: -43.30%

总点击

104

环比: 0.97%

总点击率

1.18%

环比: 78.79%

平均点击价格

¥0.77

环比: -81.17%

总消费

总展现

- 关键词、商品、落地页等维度数据，可在详细报表中的细分入口选择
- 部分数据字段暂不支持分时数据

投后数据管理-报表详细数据

自定义列

下载表格

不带直播间的列

关键词指标列

测试自定义列指标

精准定向自定义列

+ 自定义 新建自定义列

支持关键词筛选

可添加列 (61)

属性

计划名称

计划ID

基础指标

消费 ①

点击量 ①

平均点击成本 ①

笔记互动指标

点赞 ①

评论 ①

展现量 ①

点击率 ①

平均千次展示费用 ①

☐ 保存为常用自定义列

保存自定义列，后续一键应用

已添加 10 列

清空

计划名称

计划ID

以上为横向固定列

消费

展现量

点击量

点击率

平均点击成本

平均千次展示费用

评论

拖动调整展示顺序

取消

确定

➤ 广告投放数据概览支持：总消费，总展现，总点击，总点击率，平均点击价格

➤ 在广告管理和数据报告的数据页面均支持保存常用自定义列，满足广告主的个性化数据诉求

PART 03

摄影行业-投放常见问题



小红书投放小课堂 常见问题篇

不起量

超成本

各种问题总是影响着你的投放成本

空耗高

私信效率低

常见问题大解析

小红书投放小课堂 常见问题篇

学习解决策略前，我们先要学会一个基础概念
什么叫做**好计划**



学习期内累积10个转化即为学习期成功计划

小红书投放小课堂 常见问题篇

不起量

① 学习期失败的计划

- 建议关闭

② 学习期中的计划

- 提升学习期成功率

✗ 定向过窄

✗ 出价过低

✗ 投放时间短

✗ 素材ctr低

✗ 频繁修改出价

✗ 预算限制

✓ 给予计划多一些时间和多一些预算和多一些些耐心
积累十个转化，才能岁月静好

小红书投放小课堂 常见问题篇

空耗高

1 单计划高消耗不转化

- 学习期失败计划建议关闭
- 学习期中计划再等等

2 多计划低消耗不转化

- 提升计划竞争力

✗ 账户预算撞线

✗ 计划复制

✗ 计划堆积

✗ 投放时间短



盯盘要细致 空耗的计划 及时关停or及时加预算

小红书投放小课堂 常见问题篇

如果计划已经学习失败了，我的钱是不是就白花了？



以私信开口赔付规则为例：成本保障生效期内累积6个转化，可获得超成本赔付

小红书投放小课堂 常见问题篇

超成本

1 搜索

词性覆盖窄

关联性差

选词数量少

2 信息流

人群不精准

定向不精准

目标不明确

超成本赔付

关注赔付规则
让聚光为你的成本兜底

小红书投放小课堂 常见问题篇

私信 效率低

1 聚光

推广目标要明确

确认好推广目的
种瓜的瓜 种豆得豆

未触达目标人群

勤看报表定位人群偏差
优化人群覆盖触达目标人群

2 私信通

关注私信首响率&回复率

15s首响率、30s回复率>75%
回复及时给予相应

私信工具

欢迎语、自动回复、快捷菜单
巧用工具解放人力

主动追客

私信意向评论、保持客户追踪
利用私信权益触达潜在用户

NEW