



# 小红书效果广告介绍

2019.11

# 目录

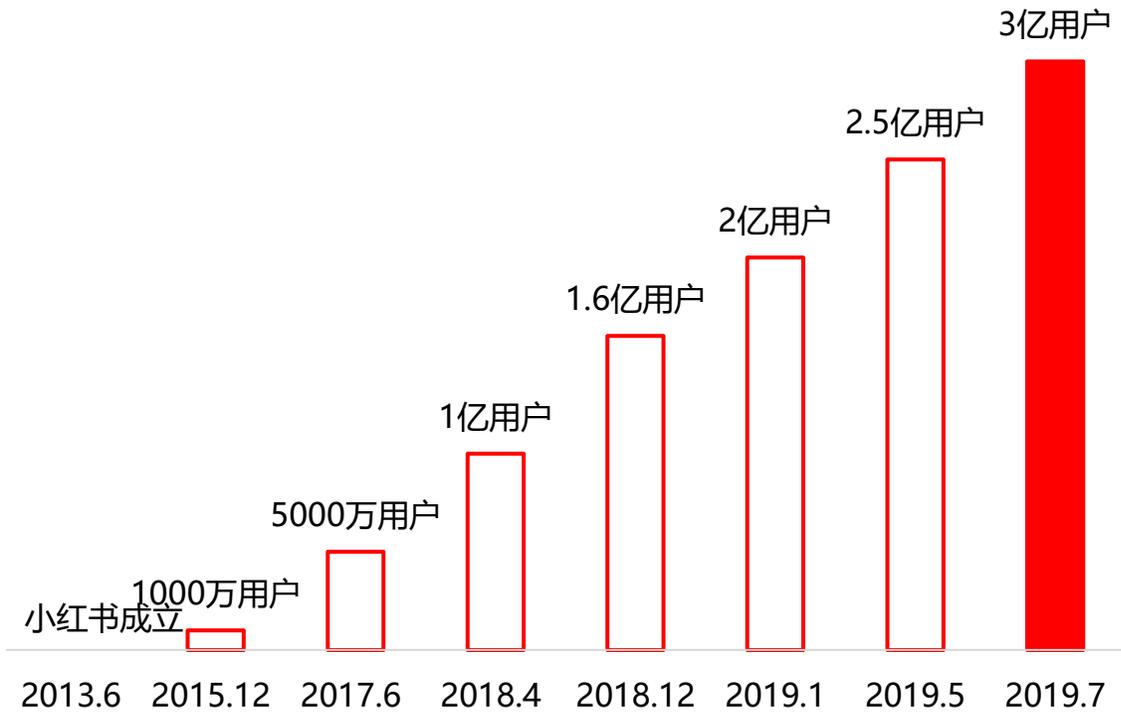
**一、关于小红书**

**二、竞价推广产品介绍**

**三、竞价推广样式介绍**

**四、投放流程**

# 小红书 中国最大的生活方式分享社区



长期霸占  
IOS APP STORE  
社交类排行榜榜首

小红书

## 我们的用户和品牌

\*数据截至2019年7月

小红书

### 年轻人在小红书**分享生活方式** 探索生活灵感和了解消费信息

---

3亿	注册用户
80%	女性用户
60%	iOS用户
60%	一二线城市用户
70%	90后用户
90%	的用户在小红书了解品牌/商品信息
20万+	每日新笔记生成

### 品牌可以通过**内容&互动** 传递品牌故事以及建立用户联系

---

20,000+	品牌号
26,000+	品牌公共主页
20,000+	日均标记品牌tag的笔记



# 年轻人生活方式和消费决策入口

用户在这里发现、交流、购买和分享体验.....

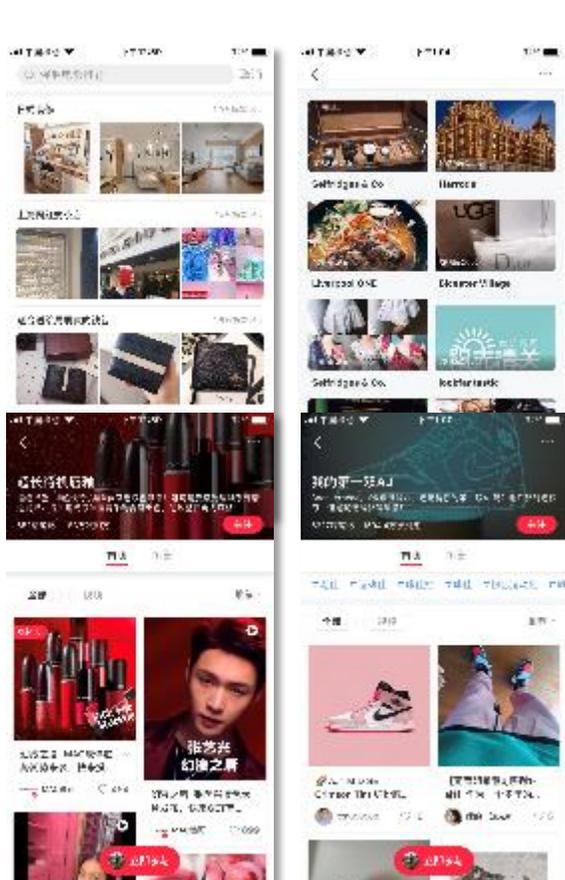
发现喜欢的内容



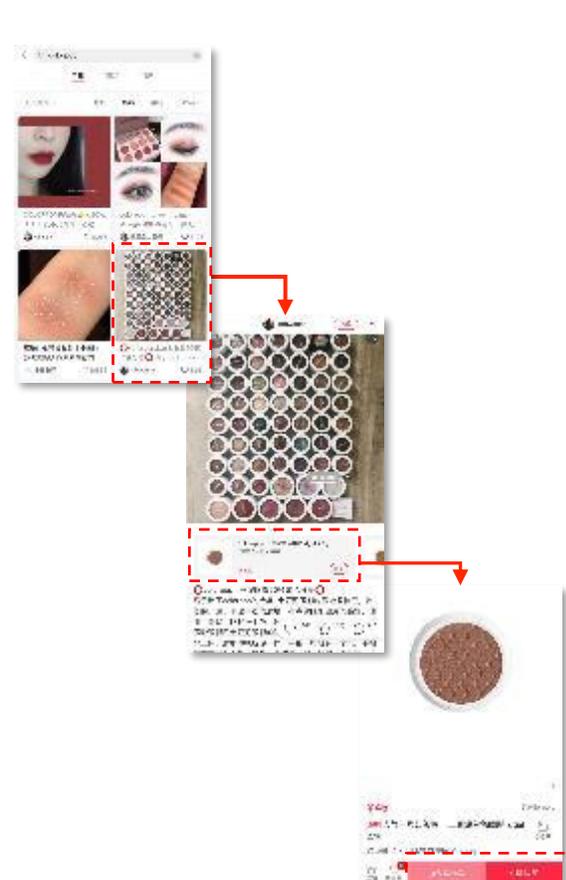
图文/视频发布内容



口碑传播, 话题讨论



种草后直接购买



# 目录

一、关于小红书

二、竞价推广产品介绍

三、竞价推广样式介绍

四、投放流程

# 竞价推广产品介绍

## 什么是小红书竞价推广

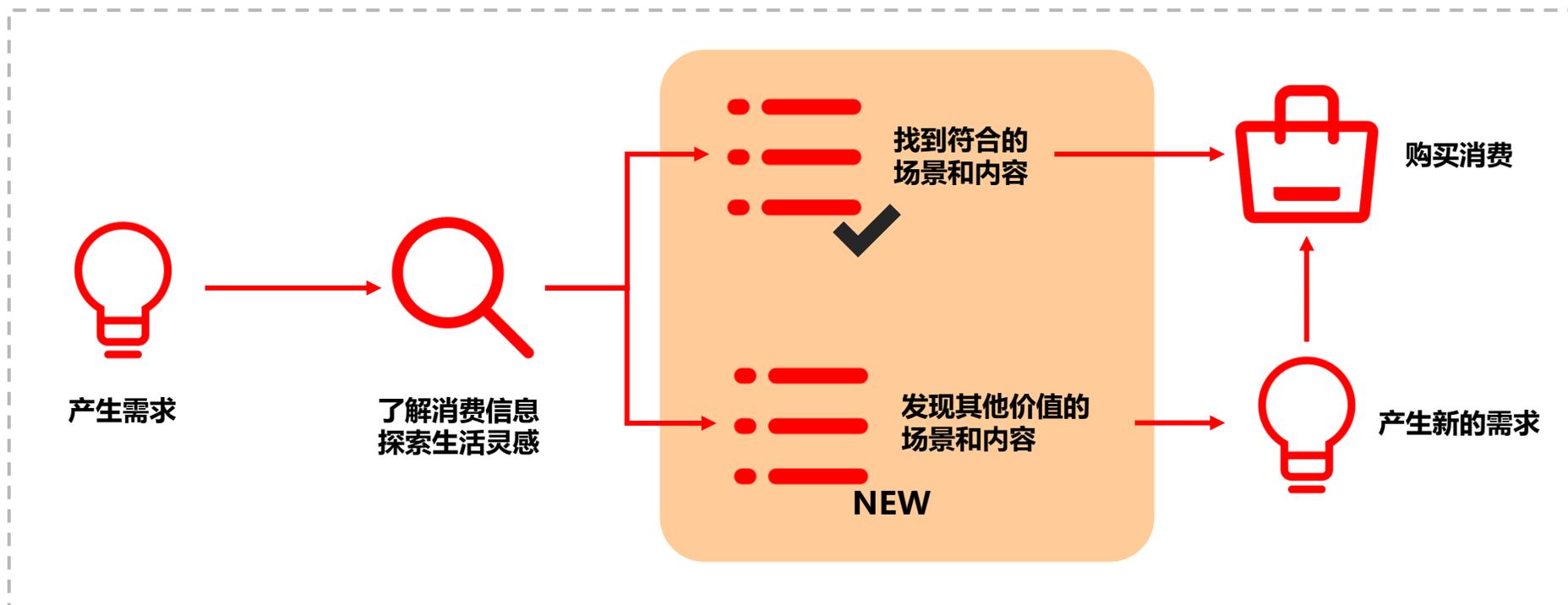
小红书竞价推广是专为商家量身定做的

帮助商家完成从“用户种草”到“商品销售”、“潜客获取”一站式营销工具

# 竞价推广产品介绍

## 竞价推广分类

### 用户心智路径分析



### 竞价推广分类

01 搜索竞价

02 信息流竞价

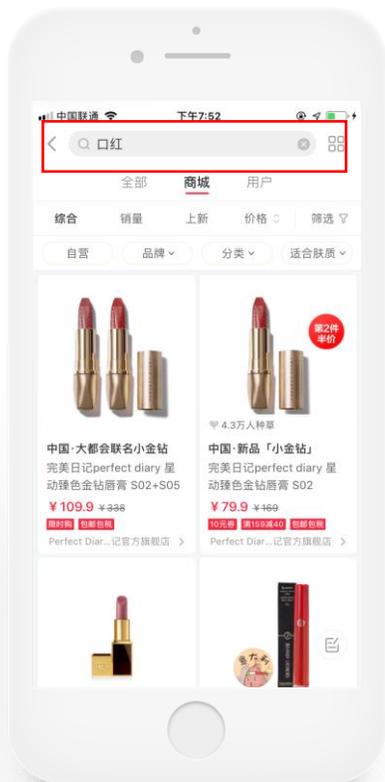
# 竞价推广产品介绍

## 搜索竞价

社区搜索页



商城搜索页



用户在搜索框输入感兴趣的**搜索词**，系统会拆分识别出有价值的商业词汇



### 创意样式:

前链样式: 笔记/ 自定义图片/商品卡片

一跳落地: 原生笔记/商品详情页/场次页/自定义H5

笔记二跳落地: 商品详情页/场次页/自定义H5



搜索竞价出现在社区搜索结果页从3起顺位+10依次递增  
搜索竞价出现在商城搜索结果页从1起顺位+5依次递增

# 竞价推广产品介绍

## 信息流竞价



用户在**发现页**探索新的消费信息和生活灵感

### 创意样式:

前链样式: 笔记 (品牌号笔记或合作人笔记)

一跳落地: 原生笔记页

笔记二跳落地: 商品详情页/场次页/自定义H5

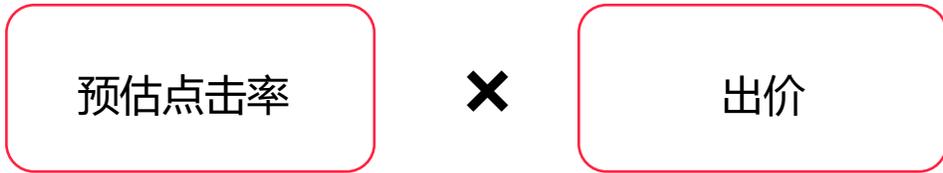


信息流竞价随机出现在发现页从6起顺位+10依次递增

# 出价及预算指导

## 竞价机制——竞价示例

- 影响竞价**排序**的因素



**预估点击率 (PCTR)**：由产品根据创意素材质量测算

**出价**：品牌方/代理为某个关键词所设定的竞价价格，象征着品牌方/代理愿意为一次点击所支付的最高费用。

- 品牌方/代理支付的**实际推广费用**

$$\text{点击价格(CPC)} = \frac{\text{下一名出价} * \text{下一名点击率}}{\text{自己的素材点击率}} + 0.01$$

- 频控规则(仅针对信息流竞价)**

单用户单创意素材每天展示2次（用户在看到一篇创意素材后，12小时内不会看到同一篇创意素材）

# 出价及预算指导

## 竞价机制——竞价示例

### 扣费举例

出价

A商家：出价0.4元，pCTR 2.5%

B商家：出价0.5元，pCTR 1%

C商家：出价0.4元，pCTR 4%

竞价队列

A商家：出价  $\times$  pCTR = 0.01

B商家：出价  $\times$  pCTR = 0.005

C商家：出价  $\times$  pCTR = 0.016

扣费

C商家实际扣费为

$(A\text{商家出价} \times A\text{商家点击率}) / C\text{商家素材点击率} + 0.01\text{元}$

即  $(0.4 \times 2.5\%) / 4\% + 0.01 = 0.26\text{元}$

### 如何提高排名？

提高出价

提升创意素材质量，以此提高素材点击率

增加创意素材数量，以免因为频控规则无法曝光

# 目录

一、关于小红书

二、竞价推广产品介绍

三、竞价推广样式介绍

四、投放流程

# 竞价推广样式介绍

## 竞价推广基本概念 - 投放标的

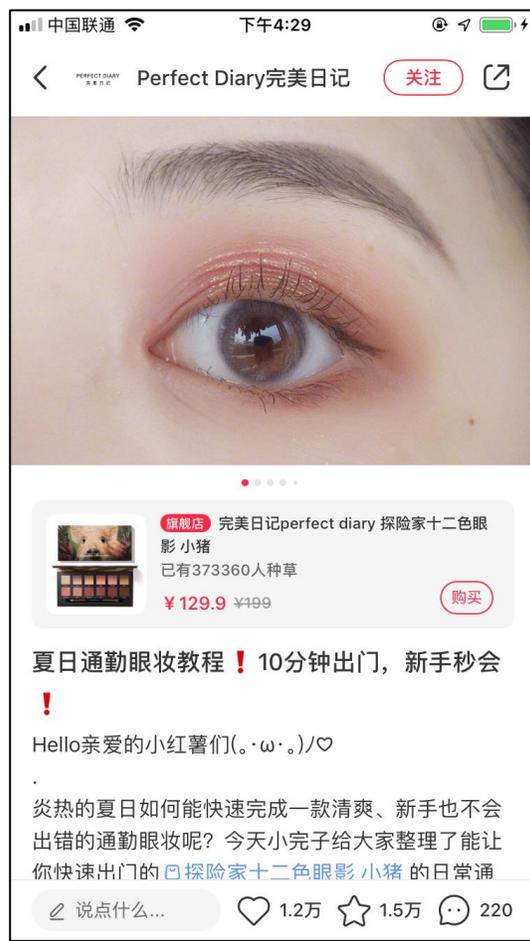
商品



留资收集页



品牌号笔记



合作人笔记



# 竞价推广样式介绍

## 搜索竞价创意落地样式

电商

搜索位置	前链	一跳到达	二跳到达
社区搜索	笔记	笔记详情页	商品详情页
			店铺场次页
			店铺场次页+商品详情页
	商品卡片	商品详情页	-
自定义图片	自定义图片	商品详情页	-
		场次页	商品详情页
商城搜索	商品卡片	商品详情页	-

非电商

搜索位置	前链	一跳到达	二跳到达
社区搜索	笔记	笔记详情页	留资收集页
	自定义图片	留资收集页	-

小红书

# 竞价推广样式介绍

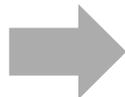
## 搜索竞价创意落地样式

创意形式 1#：前链为笔记；一跳落地笔记；二跳落地



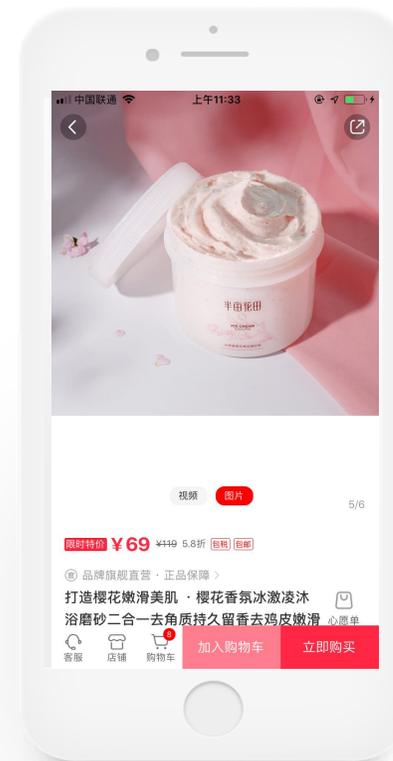
笔记前链

一跳



原生笔记页

二跳

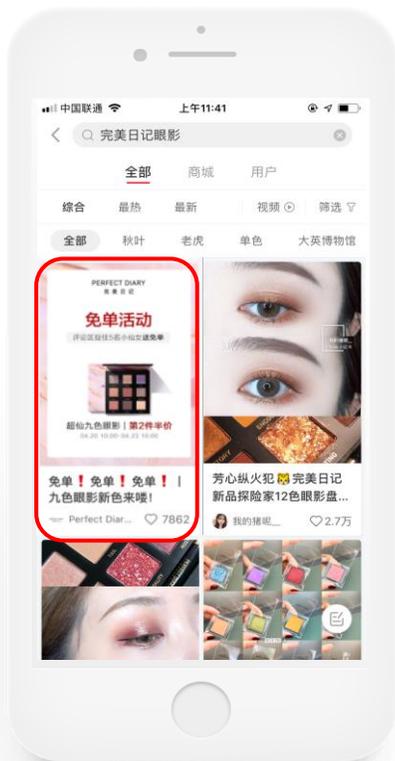


商品详情页

# 竞价推广样式介绍

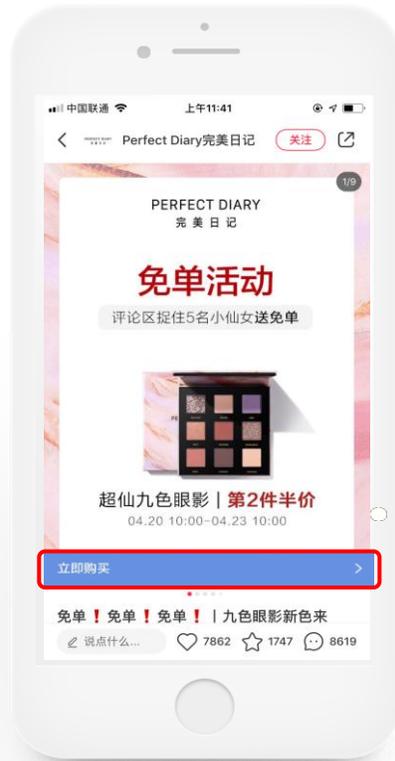
## 搜索竞价创意落地样式

创意形式 2#：前链为笔记；一跳落地笔记；二跳落地店铺场次页



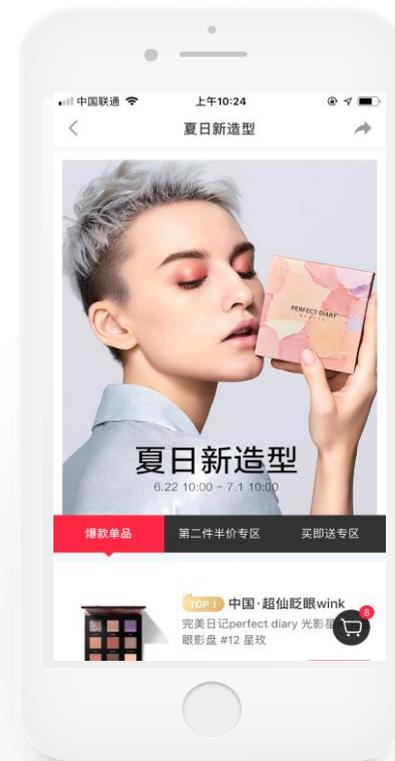
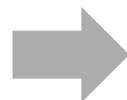
笔记前链

一跳



原生笔记页

二跳



店铺场次页

# 竞价推广样式介绍

## 搜索竞价创意落地样式

创意形式 3#：前链为笔记；一跳落地笔记；二跳商品详情页 + 店铺场次页



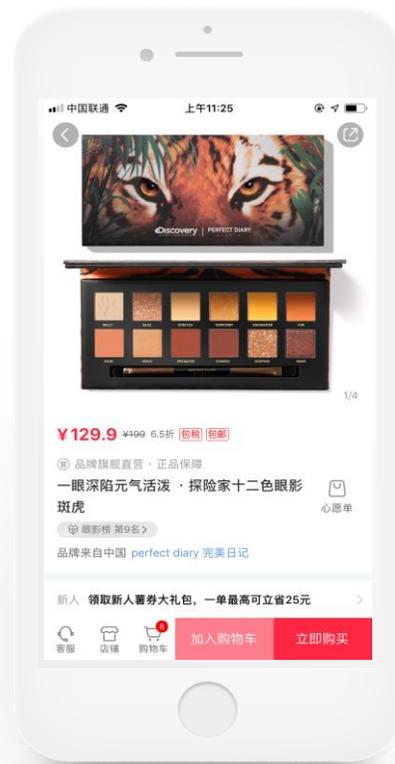
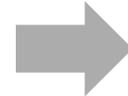
小红书 笔记前链

一跳



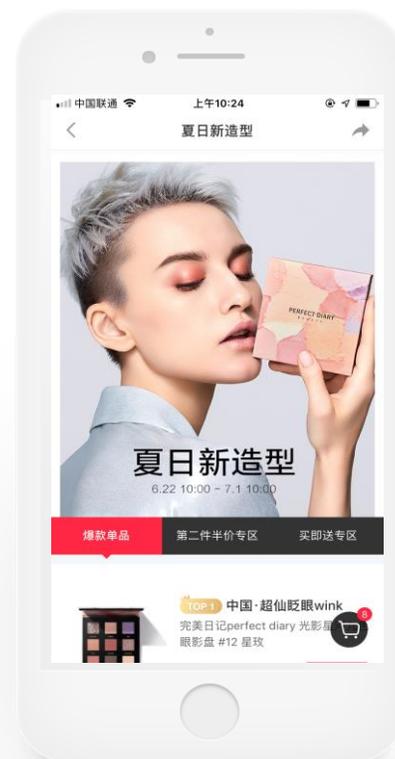
原生笔记页

二跳



商品详情页

AND



店铺场次页

# 竞价推广样式介绍

## 搜索竞价创意落地样式

创意形式 4#：前链为自定义图片；一跳落地商品详情页



自定义图片前链



商品详情页

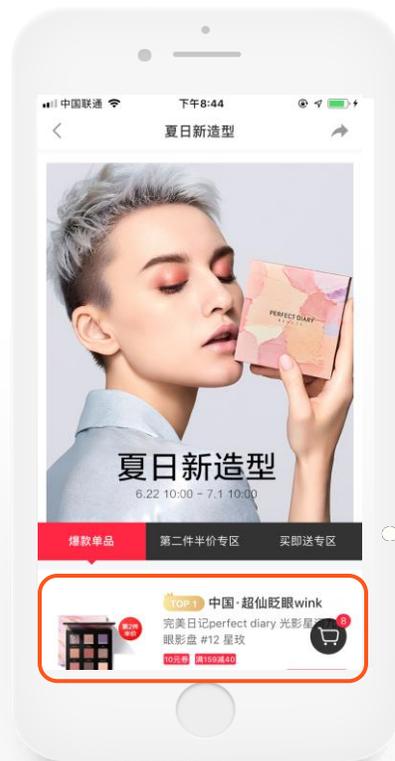
# 竞价推广样式介绍

## 搜索竞价创意落地样式

创意形式 5#：前链为自定义图片；一跳落地店铺场次页



自定义图片

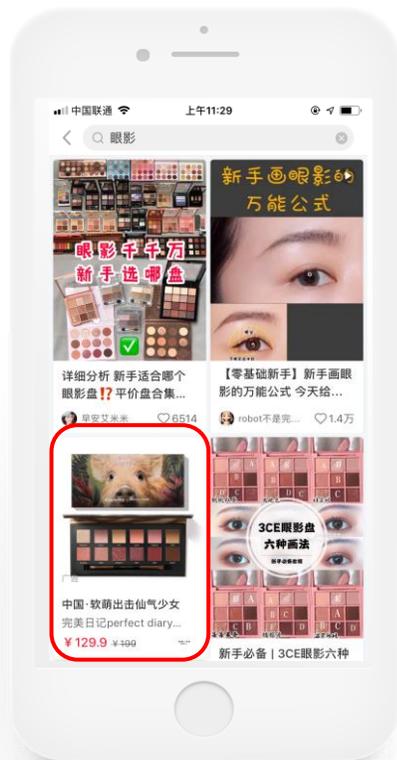


店铺场次页

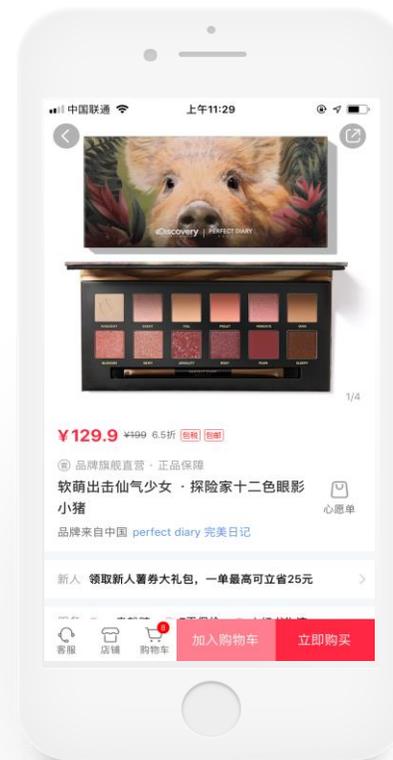
# 竞价推广样式介绍

## 搜索竞价创意落地样式

创意形式 6#：前链为商品卡片样式；一跳落地商品详情页（社区搜索）



商品卡片样式-社区

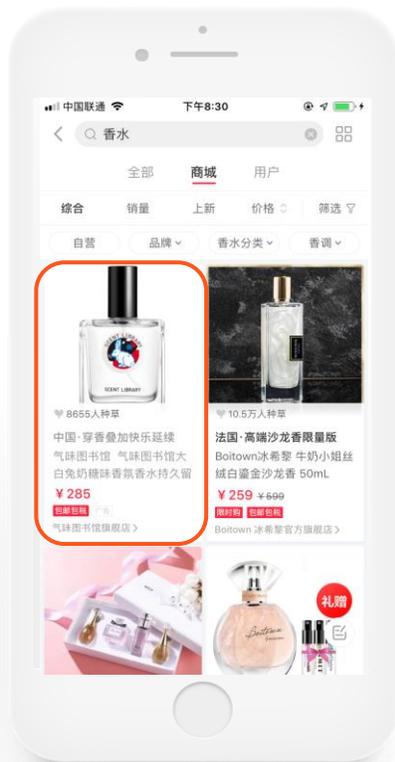


商品详情页

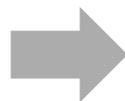
# 竞价推广样式介绍

## 搜索竞价创意落地样式

创意形式 7#：前链为商品卡片样式；一跳落地商品详情页（商城搜索）



一跳



小红书

商品卡片样式- 商城

商品详情页

# 竞价推广样式介绍

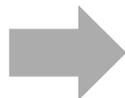
## 搜索竞价创意落地样式

创意形式 8#：前链为笔记；一跳落地笔记；二跳留资收集页



笔记前链

一跳



原生笔记页

二跳



留资收集页

# 竞价推广样式介绍

## 搜索竞价创意落地样式

创意形式 8#：前链为自定义图片；一跳留资收集页



自定义图片前链



留资收集页

# 竞价推广样式介绍

## 信息流竞价创意落地样式

电商

信息流	前链	一跳到达	二跳到达
	笔记	笔记详情页	商品详情页 店铺场次页 商品详情页+店铺场次页

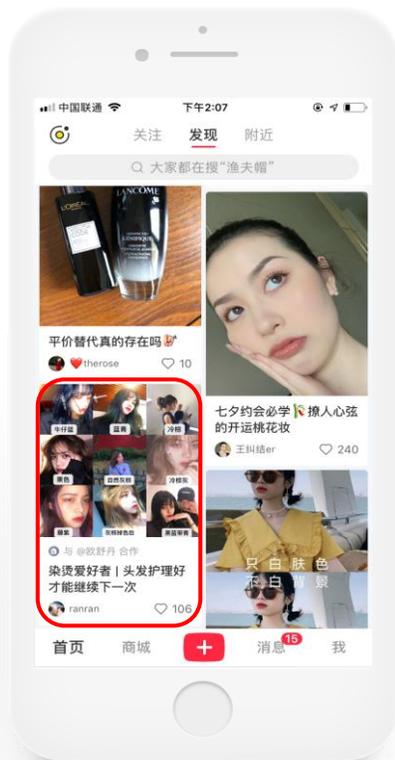
非电商

信息流	前链	一跳到达	二跳到达
	笔记	笔记详情页	留资收集页

# 竞价推广样式介绍

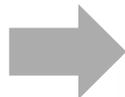
## 信息流竞价创意落地样式

创意形式 1#：前链为笔记；一跳落地笔记；二跳商品详情页



笔记前链

一跳



原生笔记页

二跳



商品详情页

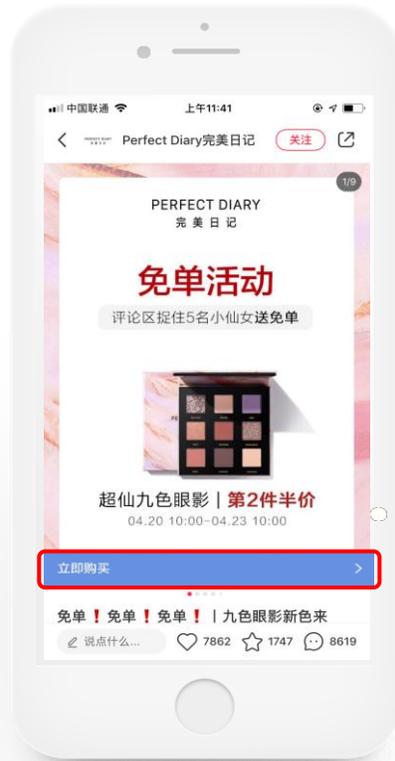
# 竞价推广样式介绍

## 信息流竞价创意落地样式

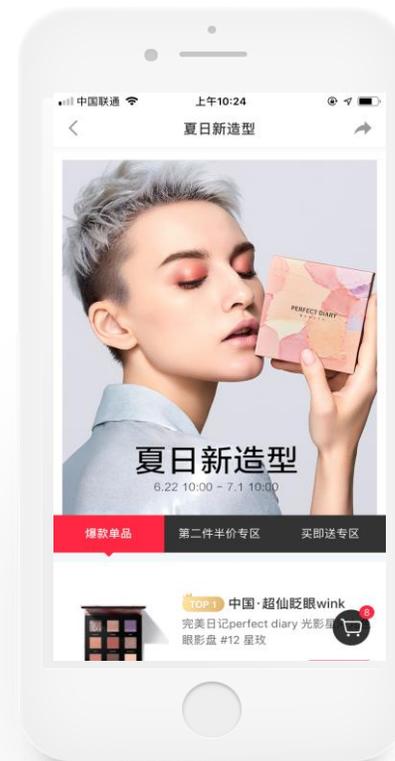
创意形式 2#：前链为笔记；一跳落地笔记；二跳店铺场次页



笔记前链



原生笔记页

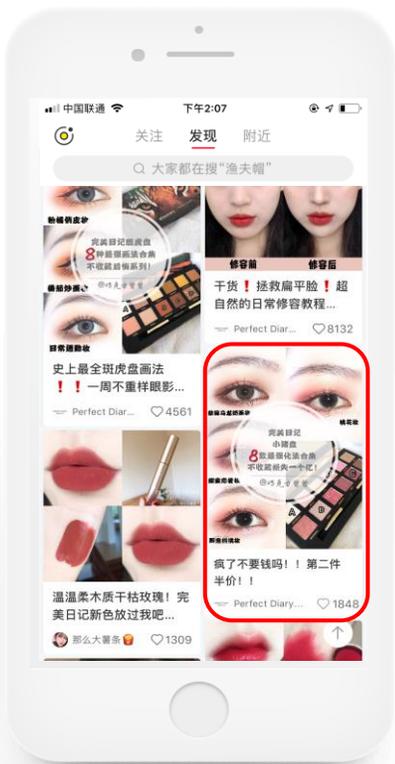


店铺场次页

# 竞价推广样式介绍

## 信息流竞价创意落地样式

创意形式 3#：前链为笔记；一跳落地笔记；二跳商品详情页+店铺场次页



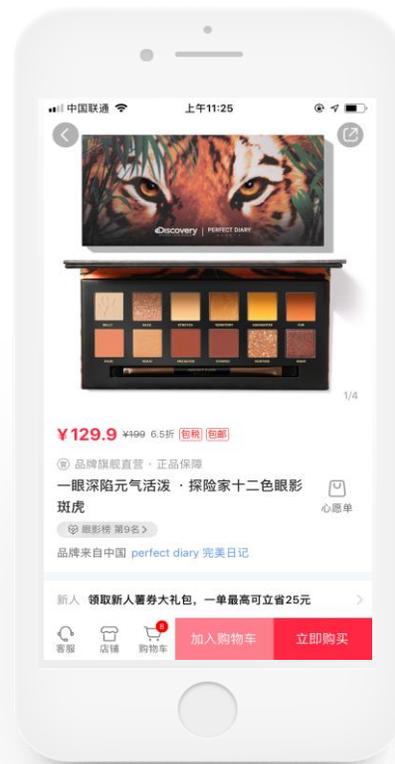
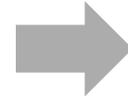
小红书 笔记前链

一跳



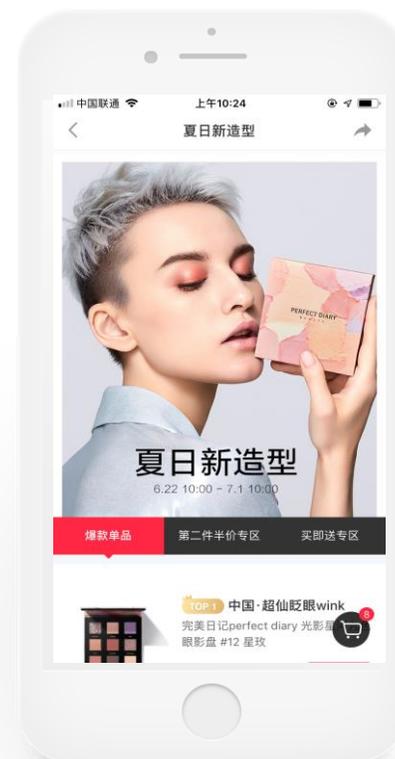
原生笔记页

二跳



商品详情页

AND



店铺场次页

# 竞价推广样式介绍

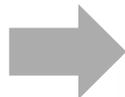
## 信息流竞价创意落地样式

创意形式 4#：前链为笔记；一跳落地笔记；二跳留资收集页



笔记前链

一跳



原生笔记页

二跳



留资收集页

# 目录

一、关于小红书

二、竞价推广产品介绍

三、竞价推广样式介绍

四、投放流程

# 投放指导

## 投放流程一览





**Thanks**

**2019.11**