

小红书 · 运营实操手册

种草 · 搜索 · 爆款笔记 · 引流的全流程实操

星火新世代传媒 出品 · 内部资料 · V1.0

一、先懂小红书:跟抖音不一样

小红书是「搜索 + 种草」平台,逻辑跟抖音完全不同,做之前必须懂:

维度	小红书特点
流量来源	搜索 + 推荐双驱动,长尾搜索流量大、生命周期长
人群	一二线、年轻女性为主,消费力强、爱种草
内容	图文为主(封面极重要)+ 视频,重「有用 / 真实 / 颜值」
心态	用户是来「找答案 / 找好物」的,广告感强会被划走

二、账号定位与人设

- 垂直人设:一个领域 + 真实可信的人设(素人感比网红感更吃香);
- 简介:说清你是谁、能提供什么价值、给一个关注理由;
- 昵称好搜好记,头像清晰。

三、选题与关键词(搜索逻辑)

小红书选题从「用户在搜什么」出发,而不是你想发什么:

- 用小红书搜索框 + 下拉联想 + 相关搜索,找高频搜索词;
- 看爆文评论区,挖用户真实问题;
- 围绕「痛点 / 攻略 / 测评 / 避坑 / 教程」做选题。

选题方向 教程类(怎么做 XX)、避坑类(XX 千万别)、测评对比(XX 哪个好)、清单合集(XX 必看 10 个)、个人故事(我是怎么 XX 的)。

四、爆款标题公式(决定点击)

标题带关键词 + 钩子,直接影响搜索曝光和点击率:

- 数字法:「7 个技巧 / 3 天见效 / 90% 人不知道」;
- 痛点法:「踩了 5 个坑才懂…」;
- 人群法:「新手必看 / 普通人也能…」;
- 情绪法:「真的会谢 / 后悔没早看」;

标题模板 ①「新手做 XX,这篇就够了(超详细)」②「XX 千万别踩这 5 个坑」③「普通人靠 XX,我做到了…」④「XX 保姆级教程,照做就行」

五、封面设计(小红书的命门)

封面决定 **80%** 的点击,小红书必须在封面上下功夫:

- 封面有大字标题(3-8 字核心钩子),一眼看懂;
- 竖版 3:4,排版清爽、对比强、风格统一;
- 可用「大字报 / 对比图 / 清单 / 步骤」样式;
- 同一账号封面风格统一,形成辨识度。

六、正文排版与文案

- 开头点题 + 痛点共鸣,留住人;
- 分点 / 小标题 / emoji 分段,手机阅读友好;
- 真实、口语、利他,别像广告;
- 结尾引导互动(收藏、评论、关注);
- 正文埋关键词,利于被搜到。

七、标签与 SEO

- 带 3-6 个精准话题标签(含核心关键词 + 长尾词);
- 正文自然出现关键词(标题/开头/小标题);
- 蹭相关热门话题,但要相关别硬蹭。

八、发布与互动

- 时间:目标人群活跃时段(通用 中午、晚 19-22、周末);
- 频率:稳定更新,先求质再求量;
- **薯条投放**:自然数据好的笔记投薯条放大,定向人群/兴趣;
- 发布后主动回评、维护评论区(互动拉权重)。

九、数据指标

指标	看什么
曝光 / 点击率	封面+标题行不行
互动(赞藏评)	内容价值够不够,收藏高=有用
涨粉 / 关注率	人设和持续价值
搜索流量占比	选题关键词选得准不准

--	--

十、引流私域(⚠️ 小红书查导流严)

小红书对站外导流管控很严,硬导流易限流/封号,务必合规:

- 简介 / 主页用合规方式留承接(别直接放微信号/二维码);
- 用「私信关键词回复」承接,引导私信而非公开留号;
- 先用优质内容养信任,再温和引导,别急。

十一、违规红线(必读)

- 不硬广、不夸大、不承诺收益(违禁词会限流);
- 不站外硬导流(微信/电话/二维码明示);
- 不搬运、不盗图,原创真实;
- 医疗/金融/极限词等敏感领域格外小心。

—— 封面定点击,关键词定曝光,真实利他定涨粉 ——