

2024

懂直播 做预告

直播预告营销场景说明手册



商业产品中心/05.13

目录

- 1 直播预告功能介绍
- 2 投放策略+优秀案例
- 3 预告计划搭建指南
- 4 直播预告内容运营指南
- 5 常见Q&A



懂直播，做预告：发布预告笔记已成为必不可少的引流方式

小红书

直播预告

- 直播预告即在直播开始前，发布与直播内容相关的笔记并添加预告组件，提前进行热度发酵
- 对经验丰富的商家/买手而言，在直播开始前进行预告是必不可少的运营方式
- 预告笔记是直播间引流利器，好的播前预告可以实现：

热度
(曝光)

人气
(进播)

GMV
(购买)

直播前多发预告笔记，可以获得更多流量，增加曝光机会

预约的用户有更强进播心智，且预约用户在开播时会收到进播提示

预约人数与GMV正相关，据案例证明预约人数翻倍，GMV提升不止3倍

诸多商家/买手做直播预告，存在三大难题

小红书

写什么

什么内容点可以最大限度达到
预告效果？

1 提供内容运营指南

没曝光

预告笔记发布后，曝光量低于预期
难以满足预告需求

2 上线「直播预告」营销场景

预约少

预告笔记的曝光量达到预期
但实际预约人数不达标

1

直播预告功能介绍



产品介绍：「直播预告」营销场景有2个推广目标

推广目标

预告笔记阅读量

直播预约量

5.16日全新
上线

推广素材

预告笔记

预告笔记

出价方式

点击成本控制、自动控制

预约成本控制

流量资源

信息流推广、视频流推广、全站智投

信息流推广、视频流推广、全站智投

推广效果

提升预告笔记的点击人次

提升直播的预约人次

观测指标

笔记点击成本

直播预约成本

可用平台

聚光、千帆、直播管理后台

聚光、千帆、直播管理后台

产品介绍：推广后的创意链路

小红书



- 1 品牌推广预告笔记
用户在发现页刷到笔记

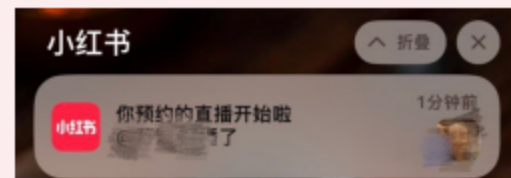


- 2 用户点进笔记详情
阅读笔记内容



- 3 用户点击预约组件
自动预约直播

该组件点击后自动预约



- 4 开播时，预约用户会收到开播提醒，进入直播间

产品介绍：成本保障机制

小红书

「直播预告」营销场景享受成本保障机制，当采用「xx成本控制」出价方式投放时可享成本保障，以下是成本保障摘要，具体内容请以帮助中心文档为准具体[成本保障规则](#)

优化目标	预告笔记阅读量	直播预约量
出价方式	点击成本控制	预约成本控制
成本保障机制	● 保障时间范围：计划首次投放出去的那一刻开始至之后的7个自然日内。 ● 保障要求： ○ 单元每天修改定向、出价的次数分别不能超过2次 ○ 7天积累20个笔记阅读的转化 ● 超成本比例：转化成本超过目标成本的20%及以上	● 保障时间范围：计划首次投放出去的那一刻开始至之后的7个自然日内。 ● 保障要求： ○ 单元每天修改定向、出价的次数分别不能超过2次 ○ 7天积累6个预约人次的转化 ● 超成本比例：转化成本超过目标成本的20%及以上

产品的三大优势

小红书

01 精准

有丰富的定向人群，精准触达目标TA

系统自动过滤已预约用户

关键词人群

行业兴趣人群

平台精选人群包

电商行为人群

02 高效

专属预约组件，用户点击组件自动预约



预约直播
12月28日

专属预约组件

03 直观

可在推广报表直观看看到预告效果

笔记点击量

笔记点击量

直播预约人次

直播预约成本

.....

2

投放策略+优秀案例



投放策略1：推广目标怎么选

小红书

推广目标的选择由您需求决定，若您需要快速大规模获取预约量，同时需要更低、更稳定的预约成本，建议选择「直播预约量」推广目标。

推广目标	预告笔记阅读量	直播预约量 🍊
出价点	笔记点击出价	预约成本出价
推广效果	提升预告笔记阅读量	提升直播预约人次
观测指标	笔记点击成本	直播预约成本

通过优秀案例证明「直播预约量」推广目标可有效降低预约成本。

- **商家情况：**某护肤行业商家，4月产品入驻头部买手直播间，为提升直播转化的稳定性，需提升直播预约量
- **商家痛点：**快速大规模获取预约量，同时需要更低和确定性更高的预约成本
- **测试效果：**测试「直播预约量」推广后，预约成本降低90%，成本更可控（vs预告笔记阅读量）



投放策略2：计划设置建议

小红书

笔记选取

- 可以借助其他账号的笔记作为素材，提升素材的丰富度
- 预告笔记发布即投放，筛选笔记CTR高、预约率高的优质笔记追加预算，进一步放大预告效果
- 筛选出优质笔记后，以优质笔记为基础，二创产出新素材

日预算与出价

- 日预算：预算充足有助于提高跑量能力。计划预算可设置为不限，或者根据预约目标计算（预算=目标数量*成本）
- 出价：可参考账户的历史平均成本出价。若遇到消耗较慢的情况，可优先提高出价以提高拿量能力。

投放时间

- 可根据直播场次的隆重程度来评估投放时间
- 建议至少提前7天开始预告，充分的预告时间可保证触达较多的人群、保障预告效果

定向范围

- 建议选择较为宽泛的定向，预估人群>5千万，如智能定向、各高级定向叠加

投放策略3：利用不同的笔记进行预热

推广账号

笔记素材

预告账号

常规玩法

品牌

品牌官号笔记

品牌的预告

常规玩法

博主

博主

博主的预告

创新玩法

品牌

其他账户的笔记（合作博主、主理人等等

品牌的预告

常规玩法

品牌

其他账户的笔记（合作博主、主理人等等

其他账户的预告（合作博主、主理人等等

可丰富推广素材
借助博主影响力，提高预约率

预约链路demo



品牌在聚光/千帆推广



借助博主的笔记作为素材
即在其他用户的笔记上挂品牌预告



引导用户预约品牌直播

Tips: 若客户需实现该预约链路
需联系直客销售在内部操作

SEAYEO昔又：播前预告蓄力，助推店播销量爆发

小红书

直播间整体
GMV 50w+

直播间客单价
突破 3.9k

预约用户GMV
占比 > 60%

推广带来预告笔记
阅读量100w+

推广ROI > 5

加大预告热度

直播前

- 提前一周开始预告，留足热度发酵时间
- 笔记发布即投放，筛选低预约成本优质笔记进一步放大预告效果
- 直播优惠预告笔记、明星素材二剪、功效卖点笔记预约率更高



直播优惠预告笔记



明星素材二剪



功效卖点笔记

- 采用人群定向功能，精准触达品牌历史种草人群、对美容仪感兴趣的女性用户

行业兴趣人群

关键词定向

性别筛选

DMP人群包

增加观看、GMV

直播中

- 搜推投放组合拳
 - ✓ 直播推广先开启有效观播计划提人气，再追加ROI计划追GMV；
 - ✓ 同时做好品牌词的搜索卡位，承接精准搜索流量
- 预告笔记复投进播
 - ✓ 直播中投放优质的预告笔记，有效增加进播率、购买率
- 重定向触达精准TA
 - ✓ 直播中 retargeting 预约笔记触达人群、AIPS人群，
 - ✓ 精准定向美容仪行业种草人群
 - ✓ 触达跨行业购物意向人群扩量

热度延长口碑维稳

直播后

- 加大种草投放，延续主理人高点直播热度，维稳好口碑

首播销量
狂飙

备注：该案例已获得客户实名授权

3

计划搭建流程



聚光平台计划搭建流程-计划层级

小红书

1 电商推广-直播推广-直播预告



2 设置计划的投放日期、成本控制方式



3 设置计划预算



聚光平台计划搭建流程-单元层级

小红书

4 选择要推广的预告笔记

单元基本信息

单元基本信息 电商推广_直播推广_直播预热_单元_20240123_181316 33/50

推广笔记

添加预告笔记

只能选择已经绑定上预告组件的笔记

添加笔记

合作笔记 我的笔记 代投笔记 主理人笔记 企业笔记

笔记形式 不限

预告开播 请选择日期 至 请选择日期

请输入笔记ID或笔记描述

优质笔记 高潜笔记

图片	描述	预告名称	预告开播	预约人数	SPU
----	----	------	------	------	-----



若账户中没有可用的预告笔记，系统会展示该提醒笔记挂预告组件后，T+1天同步在聚光平台的笔记抽屉中，建议提前准备笔记

5 设置人群定向

定向

定向类型 ☒ 通投 ☐ 智能定向 ☐ 高级定向

受众信息

目前受众范围 66%

性别 ☒ 不限 ☒ 男 ☒ 女

年龄 ☒ 不限 ☒ 18-22 ☒ 23-27 ☒ 28-32 ☒ >32

地域 ☒ 不限 ☐ 自定义

平台 ☒ 不限 ☒ android ☒ ios

任何人群，系统都自动过滤已预约用户

建议受众范围至少要适中

平台精选 电商行为人群 NEW 内容行为人群 行业兴趣 关键词 人群包

直播间活跃人群 精准抓取直播场景的高潜人群。满足「老客唤活」

直播间流失人群 相似直播间人群

跨类目机会人群

特色人群 平台精选的特色人群，有助于人群破圈种草 了解详情

奢美人群 熬夜人群 精致妈妈

母婴行业意向 美妆行业意向 尝新人群

潮流趋势人群 精致中产

节促人群 在大促、节日活跃的特色人群

智能扩量 推荐开启

开启后，系统将基于「高级定向」探索更多人群，可提升整体跑量效果。 了解详情

若人群较少，可开启智能扩量

6 设置出价

出价

目标成本 请输入 元/预约 市场均价参考 元/预约

该计划的成本控制方式为「预约成本控制」。您当前的目标成本设置单位为「元/预约」

从广告曝光起前7个自然日提供超成本赔付保障，请放

赔付规则

点击可查看具体赔付规则

聚光平台计划搭建流程-创意层级

小红书

7 设置创意

创意1

创意名称 电商推广_直播推广_直播预热_创意_20240123_1 28/50

已选笔记

图片	笔记id
	659d122300000000

需给创意绑定投放资质

投放资质 [编辑](#)

智能创意 [开启](#) [关闭](#)

开启智能创意有助于提升笔记ctr

封面优选 ☒ 开启 ☐ 关闭

标题优选 ☒ 开启 ☐ 关闭

转化组件 ☒ 直播预约组件

组件按钮文案 ☒ 直播预约

点击可预览预约组件样式

投放资质绑定

如您创意涉及产品资质或其他材料证明（如版权/成分材质/数据证明等），添加资质时请勾选完整，提升广告投放效率。 [资质详情](#) [推广资质管理](#)

行业资质

产品资质 (选项)

品牌资质 (选项)

取消 绑定至当前创意

8 若需预览创意，可扫码预览



千帆平台/直播管理后台搭建流程

小红书

1 营销场景选择「直播预告」

新建推广

计划名称 (必填) 请输入计划名称 0/50

营销诉求

笔记营销
通过笔记进行商品营销

直播营销
通过直播间进行商品营销

营销场景

日常推广
推广直播间, 提升有效观看量与成交

直播预告
提升预告笔记点击量或预约人次

推广目标

直播预约量
通过预告笔记, 预约直播的人次

2 推广内容选择预告笔记

投放标的

笔记 ①
以笔记为推广主体, 直播期间用户点击广告将跳转至您选择的笔记详情页, 点击笔记详情页的跳转组件进入直播间

推广内容

选择预告笔记

选择预告笔记

我的笔记 内容合作笔记 主理人笔记 企业笔记

搜索笔记内容或笔记ID

笔记信息

可推广多种账号的预告笔记

3 设置推广的人群定向

定向

人群类型

智能推荐
系统自动选择合适人群

自定义 有更新
完全由您自定义定向人群

人群预估覆盖 ②
约 2.49 亿
▲当前受众范围偏宽泛

人群筛选

年龄
☒ 不限 ☒ 18-22 ☒ 23-27 ☒ 28-32 ☒ >32

性别
☒ 不限 ☒ 男 ☒ 女

地域
☒ 不限 ☐ 按省份

自定义人群

平台精选 电商行为人群 内容行为人群

直播间活跃人群 ③ 精准抓取直播场景的高潜人群, 满足「老客唤话, 新客拉新」的需求

☐ 直播间流失人群 ④ ☐ 相似直播间人群 ④

☐ 行业高潜人群 ④ ☐ 跨类目机会人群 ④

智能扩量
开启后, 系统将基于「自定义人群」探索更多受众, 可提升整体跑量效果。

4 设置投放时间、出价、预算

投放设置

投放日期

☒ 不限日期 (长期有效)

☐ 指定日期

投放时段

☒ 全时段有效

☐ 指定时段

出价方式

☒ 手动设置价格

0.1 - 100 元/预约 市场参考价 元/预约 ①

日预算 (元)

☐ 不限预算 ☒ 300 ☐ 500 ☐ 1000 ☐ 5000 ☐ 自定义

账户内没有绑定预告的笔记, 请联系内容合作博主, 通过小红书app-直播中心内新增预告, 并在发布笔记时绑定

若账户中没有可用的预告笔记, 系统会展示该提醒笔记挂预告组件后, T+1天同步在笔记抽屉中, 建议提前准备笔记

若人群较少, 可开启智能扩量

需关注的数据指标

小红书

「直播预告」营销场景下的2个推广目标需关注的数据指标分别如下：

推广目标：预告笔记阅读量

数据指标	聚光后台释义
点击量	点击推广的次数
平均点击成本	每次点击推广的成本

推广目标：直播预约量

数据指标	聚光后台释义
直播预约人次	点击预告组件完成直播预约的人次
直播预约成本	成功预约直播的人次成本

4

直播预告内容运营指南



预告笔记-内容运营方向

小红书

五大方向

预告直播时间



细化选品主题



讲解产品功效



巧用名人效应



预告直播福利



预告笔记-内容编辑技巧

小红书



开门见山、首尾呼应

笔记封面点题
开篇文案+口播点明直播时间



直播预告 露思同款专场 来啦
9.24 18:00 (本周日)
直播专享定制礼盒、小棉靴布包、赵露思周边礼...更多惊喜不见不散哦~ 更有露思同款惊喜哦!

所有单品27号直播时都会有唯一冬日or初春的穿搭灵感:舒适又不单调 特别也能融入生活喜欢的姐妹记得 点击预约我们1月27号在快速休息之前为新年新衣冲一波吧~



预告! 章小蕻今年最后一场直播, 即将来袭
玫瑰读者们期待已久的章小姐第二场直播, 将在10月15日18:00和大家见面~

都是大家爱的, 这次来个图文版大家提前锁定哦~ 年前直播倒数啦



讲解产品、唤起购买意向

好产品自己会说话, 用产品种草让用户预约直播, 购买意向更强



手把手! 教你白!



图标提醒、强化引导

图标提醒、手势动作强化引导预约



运营评论、促进预约

玩转评论区, 促进预约、互动



预告笔记-发布时间安排

小红书



tips

- 至少提前5-7天开始发布笔记，给笔记跑流量/投放留出时间
- 多发笔记，天道酬勤。相比纠结需要发多少篇笔记，更建议关注结果：笔记的阅读与笔记预约数