

巨量引擎抖音广告推广账户搭建实操技巧

| | |
|------|--------------------|
| 产品名称 | 巨量引擎抖音广告推广账户搭建实操技巧 |
| 公司名称 | 重庆百首网络科技有限公司 |
| 价格 | 1000.00/套 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 南岸区铜苑路98号 |
| 联系电话 | 18202340151 |

产品详情

最近巨量引擎作为字节跳动的营销服务品牌被发布之后，巨量引擎相关话题就一度成为广告主和品牌商们关注的焦点。大家对于巨量引擎账户搭建实操讲解、账户充值、常见问题三个板块给大家

巨量引擎的特点

算法成熟，基本不需要定向;

ocpm系统算法效果较好;

有移动建站很方便;

用户量大，几大app用户日活很高;

受众广泛，在一、二、三、四线城市皆有覆盖。

缺点：

竞价性抖音头条信息流对视频要求非常高，转化率虽然这样圈层好的素材要求高(巨量引擎投放建议

巨量引擎投放建议

用户日活量大，所以不限行业，皆可投放

传统行业硬广选择投放头条，因为百度有精准定向，用户的精准度高，头条的算法智能日活量大

一千元以下的账户不建议玩巨量引擎，小预算账户难起量;难以达到转化数，甚至连学习期都过不了。

巨量引擎账户搭建实操讲解、账户充值、常见问题三个板块给大家

巨量引擎账户搭建——创建广告计划

应用推广：App推广

销售线索收集：表单、咨询、线索、加粉

抖音号推广：直播间推广、feed流

门店推广：有线下门店、到店

电商店铺推广：引流至淘宝、京东、拼多多

头条文章推广：加热头条号，以曝光为主

一般情况下我们用到最多的就是销售线索收集。

2、选择广告类型

信息流广告：自动寻找对产品感兴趣的用户。

搜索广告：属于竞价范畴，一般都是加上关键词跑智能出价就可以了。

3、预算

账户预算

账户预算接近预算时账户会启动限流，需要设置预算来例兜一些阿预算量99点预算设置为5100，因为正常广告组预算

一般是不设置的。

计划预算

计划预算之前有说过可以设置成9999，例如你一天消费低于一万，就可以设置成9999。

4、投放范围

默认

默认选择头条系产品，包括头条、抖音、西瓜、火山等。

选填；但是如果你需要选择的样式今需要在里面选择穿山甲的穿山甲

依托穿山甲独家算法，聚合流量端优质流量和丰富的原生样式，高效达成广告主营销目标。

5、投放目标

转化量

点击量

展示量

橙学魏品挂逐壁雀撮选择页面跳转多熟用的都是落地页，小程序的用的比较少。如果你在后台搭建好了如果你是第三方页面，只要直接粘贴上网站链接即可，但是网站链接必须要和开户的主域名保持一致。

注意：不建议添加附加创意，特别是表单，有效率特别差。

6、选择定向

可以直接新建定向包，也可以选择过去使用的定向包。

定向包就是将常用的定向设置形成模板保存下来，方便在创建计划时重复使用同样的定向条件。

选套相绑定定向包按钮供然后使用。定向包名称、定向包描述，点击【保存并使用】，该计划与该定向

7、建议出价

新账户：如果以往没有投放经验，可以参考建议出价；有以往投放经验的就按照以往经验投放。

老账户：按照账户能出价设置。

8、出价方式

Ocpm：有曝光就花钱，系统尽可能的是转化成本靠近预算。新账户前三天只投放ocpm。

对象：在五个小时内不会高于出价，注意：必须是ecpm排名第一才会展现广告。不作为重点优化测试完ocpm在不是量就开始投放自动出价。如预算高就选择以限制最高可接受成本预算

不建议用一键起量：给系统喂钱，曝光会非常快，但是转化量不确定，效果不理想。

巨量引擎账户搭建——创建广告创意

优选广告位

创制层级选择媒体。选择优选广告位，这其中会包含穿山甲的流量，一般会把穿山甲选项关掉，可以在媒体指定位置

建议选择所有可选广告位，否则会减少覆盖人数。

场景指定位置

彗集将结合用户使用场景，智能选择与目标用户场景契合的广告素材进行投放，并获得尽可能优的转化

2、制作创意

程序化创意：一条视频可以对应三个标题，组合会更多一些，优先选择程序化创意。

自定义创意：一条视频对应一个标题，爆量的创意组合可以单独建计划使用。

以上就是巨量引擎账户搭建的流程，在信息流推广的整个流程中，账户搭建不过是第一步，你还需要：
了解如何制作高点击率的创意以及高转化率的着陆页；
明白每个平台的投放策略，而不是毫无目的地瞎投放；
能够对数据进行深度分析，依靠数据去推动工作，带动效果；
由于篇幅问题，以上就是今天巨量引擎账户后台搭建详情，如需了解更多可私聊~