

巨量千川高频问答集锦，建议收藏！

产品名称	巨量千川高频问答集锦，建议收藏！
公司名称	海口美兰抖琦琦文化传媒工作室
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	【电话烦、手机号同微】
联系电话	18897981244 19979808844

产品详情

2021，巨量千川兴起，但是，有人喜，有人忧，喜于有量，忧于无量，很多易牛会的家人们，以及易牛会的粉丝，后台聊天，有很多关于千川的问题，今天呢，就让我们一起来聊一聊，我们经常遇到的一些问题，如何应对！

Q：千川直投直播间，一般会建多少条计划。需要堆计划吗？

- 1、跑量较好的优质广告主，在投计划数保持在20-30条以上，平均每天更新10-15条计划；
- 2、计划数量及单计划消耗也是衡量广告账户跑量能力的重要因素，所以建议广告主在预算充足情况下保持一定量级的计划数；

Q：千川直播采用短视频，点击率特别低，该怎么调整？

- 1、选择和直播间及商品匹配的精准兴趣人群，提高点击率；
- 2、提高商品质量以及素材的内容质量来吸引用户提高点击率；
- 3、千川优质素材建议：vlog形式

（1）聚焦”产品种草“而非”产品销售“，分享产品使用体验、弱化价格利益点刺激，给予用户真实、舒缓、亲近的观看体验；

（2）素材多从”用户视角“出发，营造强烈的场景代入感，第一视角亲身试用分享；

(3) 素材通过“优化视觉观感”，传递美好体验：画质清晰明亮、配乐曲风温和欢快，画面色彩明艳丰富；

Q：UV3，停留2分钟，互动率7%，GMV都不差，转粉率低一些。流量池总是上不去，影响流量池级别最关键的数据是哪些呢？

跑量能力主要从三个维度去优化调整：

- 1、商品是基础，好的商品可以带动直播间点击、转化率的提升；
- 2、直播间人货场/素材是关键，通过优化素材质量、主播话术、带货技巧、商品节奏等拉高直播间互动及数据提升；
- 3、计划数量/单计划消耗做提升，在直播间各项指标都不错的情况下，可复用投放效果较好的计划来增加计划数量，提升跑量能力；同时可提高出价及单计划预算来增加流量竞争力；

Q：千川直投直播间下单计划前期测试出价出多少合适？是不是要根据客单价来确定，有没有计算逻辑？

- 1、要结合商品价格来估计，通常为商品价格的1/3-1/2；
- 2、同时还要结合佣金、利润率、运费、运营成本等来做调整；

Q：千川直投直播间，上一场学习成功的计划，下场再开跑不动是什么原因？每场直播都要重新创建计划吗？

- 1、学习成功的计划不代表就是优质的计划；
- 2、如果计划通过冷启动后快速衰减货跑量能力依旧较弱，表明在冷启动期直播间or素材质量依旧不佳，此时可把重心放在计划设置调整（如优化定向人群、出价、预算等）、直播间人货场优化及提高素材质量上；
- 3、每场都需要补充新的计划替代衰退的计划；

Q：我有多个品，在一个千川户里跑，会有什么影响，有必要每个品一个户吗？

- 1、不影响，同时有两个方式提高投放效率；
- 2、可在直客账户中按照品的维度设置不同广告组；
- 3、可联系不同代理开通不同的虚客账户来投放不同的商品；

Q：千川极速版能跑动，专业版跑不动是怎么回事？

- 1、观察发现大量广告主在投放极速推广时选择放量投放+系统探索人群；而在设置专业定向时通常会限定较窄的人群和控成本投放；
- 2、可复用极速推广投放设置到专业推广中进行尝试；
- 3、专业推广可调整预算、出价、投放设置及定向人群以及智能放量来提高跑量能力；

Q：dou+投短视频，一开播就没消耗，等下播又开始消耗起来是什么原因？

1、dou+无法支持抖音闭环电商广告投放；

Q：投流消耗不动如何提高消耗速度？

1、提高短视频引流素材质量及优化直播间人货场，通过优化素材质量、主播话术、带货技巧、商品节奏等拉高直播间互动及数据提升，提高点击、转化率，增加跑量能力；

2、投放设置上可选择放量投放（PC）或按播放量出价（小店随心推），增加跑量能力；

3、扩大定向人群同时提高出价水平；

4、提高计划数量/单计划预算；

5、优化体验分/口碑分，指标过低会导致限流及无法投放；

Q：单品直播间的客单是否会影响广告户的成单转化成本？

1、转化成本=广告消耗/广告带来的转化数；

2、客单价会影响整体直播间转化水平，进而影响转化成本；

Q：UV等数据都还不错，但是就是流量很小是什么原因？

1、在数据还不错的前提下代表直播间人货场或素材质量比较优质，此时可在体验分/口碑分、计划数量/单计划预算、出价水平、投放设置及定向方面优化跑量能力；

Q：FEED纯成单降成本最直接的做法是控预算好点还是飘的计划卡预算？

1、降成本建议根据 $ECPM = \text{预估ctr} * \text{预估cvr} * \text{出价} * 1000$ 维度来提升，提高素材质量及直播间人货场体提高点击/转化水平，达到降低成本的目的；

2、建议在计划开跑前设置好预算；

Q：针对直播间投流一下子烧的太快控制不住有什么建议？

1、降低出价水平；

2、设置单计划预算及广告组预算；

3、选择控成本投放（PC）及精准定向人群

Q：请问投放千川，利益诱导被弹违规，被扣信用分后会影响自然流量推流吗？

1、信用分扣除是因直播间利益诱导导致，与是否投放千川无关；

2、体验分扣除后会影响到【用户所有视频仅个人主页可见】、【商品分享功能判罚】、【平台帐号是否封禁】三个方面；

Q：随心推的ROI低，要怎么来提升呢？

- 1、可选择使用人群定向功能对目标人群做精准触达，提高roi；
- 2、优化素材质量及提升人货场匹配度，提高点击、转化率，带动roi的提升；
- 3、若为短视频带货，可优化投放设置，选择按优化目标出价-自动出价roi效果较好；

Q：千川投放设置的都是24小时，但是半小时内钱基本就花光了，尤其是前10分钟，也有一些户是秒花完的。有什么方法解决吗？

- 1、调整计划设置为控成本投放；
- 2、调低出价及预算；
- 3、提高人群精准度，减少触达人群；

Q：千川投放短视频带货的计划生命周期很不稳定，还有很多计划roi在0.9-1.05之间，想养计划但是隔日0消耗的情况比较严重，这种一般如何解决？

- 1、学习成功的计划不代表就是优质的计划；
- 2、如果计划通过冷启动后快速衰减或跑量能力依旧较弱，表明在冷启动期直播间or素材质量依旧不佳，此时可把重心放在计划设置调整（如优化定向人群、出价、预算等）、直播间人货场优化及提高素材质量上；

Q. 一个直播间，同时多个优化师，或者多个千川代理投放对直播间会不会互相影响？

- 1、直播间维度，如果存在多个优化师或者多个代理代投同一直播间的情况，可能会存在互相抢量的情况；
- 2、若优化师或代理投放水平不一，也会拉低直播间整体投放效果；

注：问答集锦，来源买量江湖