

抖音直播间推广的3大亮点

产品名称	抖音直播间推广的3大亮点
公司名称	杭州北抖星网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市西湖区西湖广告大厦A1幢3楼
联系电话	18989452098 13605817015

产品详情

抖音信息流广告推广运营投放经验分析不管是淘宝推出的淘宝直播，还是老铁文化盛行的快手直播，又或是主打兴趣与品质的流量明星抖音直播；

每家平台都有自己特色的风格和带货模式，作为新入局的商家，选哪家平台进驻更适合自己快速变现，更适合长期发展呢？

通过刚才三个平台的简单对比，相信很多商家能够给出比较明确的答案：上抖音--做直播--推千川。

为啥？

因为，淘宝内卷严重，站内流量成本过高；快手头部垄断，产品单价过低导致利润率更低；抖音风格小清新，只要内容有特殊，粉丝增量较快，再加上推出的千川平台，整合了原来的鲁班二类电商模式，将日渐成熟的主播引入抖音直播带货模式。

正处在流量红利期，深圳厚拓抖音广告服务商就通过案例给大家简单分析一下抖音直播引流的爆量模式。

抖音推广直播间3大亮点

1、新创意形式

信息流直投直播间支持直播间内实时内容，信息流视频作为创意内容直接呈现，粉丝无需额外制作短视频素材，可随时调整直播间内容。竞价投放时,选择“直播创意”形式，支持直播间与计划自助关联启停，智能提效!

2、支持抖音号推广和商品推广

支持多转化目标下的竞价投放，如原生直播间的观看/停留/加粉/打赏/购物等。竞价投放时，“抖音主页”呈开启关联状态，通过打通直播间内容与抖音号主页的转化归因，客户不仅可收获更多直播受众，同时

提升品牌粘性与用户复购，从而构建多链长效的归因。

3、盘活私域流量

账户能力优化后，满足客户的广告账户与抖音号的绑定需求，如一绑多，多绑一。通过投放竞价广告，可同时为其企业号/个人号/达人号的原生直播间并发引流，实现其在限定期内的多产品线、多经销商、跨门店跨地域的直播引流需求。

抖音推广直播间投放技巧

由于feed流投放形式更灵活，因此需要根据直播期间的实时数据，及时调整投放策略。总结出3个feed流投放技巧

1、选择用户活跃时间投放

不同品类的商品，受众的活跃时间也不同。只有在直播间观众的活跃时间进行投放，才能达到事半功倍的推广效果。

比如想在直播间推广眉笔，就需要了解推广“眉笔”的直播间热度情况。通过大盘数据，我们发现峰值主要集中在21:30-22:30之间，说明对眉笔感兴趣的观众在这个时间段活跃较高。因此如果想推广眉笔，就可以在这个时间段加大投放和推广力度。

2、对用户感兴趣的商品进行投放

直播间观众如果对商品感兴趣的话，就会产生点击购物车查看商品详情的操作，那么该商品对应的“正在购买人数”就会增加，因此可以在后续直播中侧重推广该商品，并可以在返场时再次介绍。

同时，在讲解时该商品时，就可以增加投放预算，为直播间引入更多新用户，提高热销商品的转化率。

3、根据直播间观众画像进行投放

Feed流定向投放可以覆盖观众画像、用户兴趣等方面的，因此根据直播间的实时观众画像进行投放，缩小定向范围，可能会取得更好的效果。

比如我们看到推日用百货类的直播间，观众还喜欢在其它直播间购买面护、女装即首饰类商品，同时结合观众的年龄分布，就可以进行投放，同时，观众购买偏好还可以为直播间后续的选品提供参考方向。

以上就是关于抖音直播间推广的3大亮点问题的介绍了