

巨量千川推广、巨量引擎广告投放平台、DOU+关系是什么?

| | |
|------|------------------------------|
| 产品名称 | 巨量千川推广、巨量引擎广告投放平台、DOU+关系是什么? |
| 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

本篇文章是关于抖音巨量千川广告投放的相关问答，比如：千川加热直播间和视频加热直播间应该如何选择?以下我们带着各种关于抖音巨量千川投放问题给出相关答案。

1、千川加热直播间和视频加热直播间应该如何选择?

1) 直投直播间适用于所有类型的商家及达人，门槛较低，效果较好; 2) 短视频引流直播间对引流素材质量要求较高，素材质量越高，引流效果越好; 反之没有优质素材输出能力，不建议使用短视频引流直播间; 3) 据了解千川后期可能会上线高光剪辑功能产品，即选取直播间高光视频生成短视频素材，但上线时间还没听说，上线后可尝试使用; 2、版巨量千川对比与ad还说有一些变化的，比如在推广页面取消了广告组层级，只保留了计划和创意层级。对于建很多计划来说，还是很乱。加上没有日预算，测试期间如何把控投放效果? 对于商品带货，没日预算控制新几十条广告的情况下，导致很多计划空耗，这种情况你们说如何解决的，有什么好的策略方法吗? 广告组功能及日预算功能听说尚在开发中，据官方消息透露广告组功能可能会在5月下旬上线，目前还不确定; 此阶段建议多查看投放数据，根据实际效果做调整; 同时在投放前小预算测试投放效果，选取优质计划扩大预算投放; 如果长期存在空耗无转化的计划建议关停，同时评估转化成本及空耗损失，及时联系对接直客小二做排查和赔付评估;

3、千川素材授权申请，是否有授权申请次数和人数的限制?

每天多向3个人发出申请，申请总次数是10次; 4、千川到目前为止还是没有更新dmp人群包功能，对于账户在冷启动阶段，没有dmp人群包的情况下，对于优化计划ROI有什么好的策略吗?(因为之前有dmp对于冷启动在探索人群和针对有潜力的计划优化roi能起到很重要的作用。) 据了解DMP人群包产品应该也在开发中，可能6月底会上线，此阶段建议不必执着于商品购买，我们可尝试优化投放目标如商品点击，同时提高素材质量，提高冷启动通过率; 5、千川系统推荐定向使用上有哪些技巧? 系统推荐定向预期的使用效果是什么? 系统定向对比与自定义定向有哪些优势? 1) 定向简单讲就是广告展现给谁看，千川定向功能分为智能推荐和自定义人群，智能推荐即系统自动帮助我们探索合适的人群并促成转化; 2) 如果对于店铺商品没有准确的人群定位或相似达人可选，建议优先系统智能推荐人群; 同时在冷启动阶段也可使用智能推荐做初期的人群模型探索;

3) 优势即为简单方便，劣势即为没有自定义定向，无法排除一些不想要的人群或触达一些人群; 6、

如果我的计划选择使用了系统推荐定向，是否还适合选择其他定向?

前期使用智能推荐后，可以选择一些更人群提高整体转化效果; 7、

千川智能放量和系统推荐定向哪个更好用? 两套产品，互不冲突; 智能放量可以帮我们逐步探索已选择定向人群之外的目标人群，提升跑量; 已选择定向建议放开;

- 8、小店随心推，对于投放不好的创意有什么好方法丢弃。 1)隐藏设私素材; 2)删除;
- 9、服装在选品策略上，如何通过品来留人，拉直播间停留时长，提高转化率?(爆款或是低价?)
 - 1)服饰行业选品策略上爆款、引流款(低价)、常规款、新品均需准备;
 - 2)引流款主要用来拉新，新品主要用来促活; 3)留人及拉直播停留主要通过结合爆款、引流款商品及话术、发券、福袋、氛围营造、改价等操作来提升。 以上就是关于抖音巨量千川投放有问必答的全部内容，巨量千川作为刚全量上线的投放平台，不少商家接触的时候都会遇到各种问题，当然如果你想咨询巨量千川广告的话在线咨询我们