

这里有价值上千的巨量千川运营方法，你还在花冤枉钱吗？

产品名称	这里有价值上千的巨量千川运营方法，你还在花冤枉钱吗？
公司名称	杭州星抖云文化传媒有限公司
价格	100.00/单
规格参数	
公司地址	西湖广告大厦3F
联系电话	15868279988 13605817015

产品详情

一：巨量千川怎么建立计划？

推广计划的建立是根据目标来的：

1.推产品：推产品的目标就是的速度找到的成交人群，所以计划的定向人群要自行圈定且，出价可以高开低走（先拿到展现后的成交数据），不然系统不知道如何叠加放量给展现（而且是展现）。

2.推直播间：投直播间计划的目标：人气，停留，成交，新直播间以人气计划为主，停留为辅，百人直播间以停留计划为主，成交为辅，千人直播间以成交为主，人气为辅：

总结：千川付费电商以结果为目标，过程中会有战略亏损计划出现，终目标彩色建计划的方向，终以ROI为调整依据

二：巨量千川如何投放及投放技巧？

1.投产品，一个产品投5-10个计划，6小时内看数据表现，没什么展现（继续观察完当天，次日起新计划），有展现无转化无转化（消耗超过2倍出价，关闭掉重新起新计划），有转化超成本（成交3-5单直接压到可承受范围出价）

2.投直播间：开播前起好2类（急速、）3种转化目标（进入直播间、点击直播间、下单）计划（也就是总共6条计划，预算均为300），以此为组标准计划，然后再复制两组计划出来（这样总共就18条计划，开播时先暂停7-18条计划，也就是只投1-6条计划，开播后每隔20分钟启动一组6条计划，数据表现好的计划（看roi）后续直接复制表现好的新计划即可）

投产品的话以有没有成交为目标，后面根据数据调整ROI，投直播间以哪种计划能拉人气进来为目标，然后再根据ROI补计划。

三：如何投放？

所谓的就是帮系统快速学习找到能成交的人群。

1. 定向人群：主要有抖音达人和行为兴趣，抖音达人可以选择类目同行和竞争对手，行为兴趣可以选择类目词，品牌词等。

2. 创意标签：主要有类目词、品牌词、产品词、主要是告诉系统我们需要什么人群的标签。以及抖音搜索关键词过来的人，比如创意标签有连衣裙，客户搜索连衣裙就有机会看到。

总结：千川要投放，必须要建立能帮系统快速学习找到成立的客户的计划，不以展现的角度出发，有了成交数据，系统才有参考标准。

三：千川落地页审核不通过的原因？

1. 不过原因：限时//抢购、未绑定商标资质、第三方产品、名人肖像、专利等。

2. 调整方法：去掉标题、主图、详情页中的相关文字描述、去掉详情页中的其他品牌、logo、专利、名人肖像等，去掉视频中其他品牌、logo、产品、名人肖像等

四：巨量千川不能持续一个计划，但是可以衔接计划，如何衔接？

1. 推产品：计划生命周期快结束的时候或者账户当天放量不错的话，这个时候考虑做衔接计划，提前新建过审，原计划关闭前启动。

2. 推广直播间，直播间成单计划的ROI表现不错的话，就多建几个计划去跑，整场直播间的roi不错的话，也可以多建停留和成交计划。

3. 单个计划是持续不了的，都是有生命周期的，所以只能做序列计划的承接，只要流量接得住流量（消耗很成交平稳或者逐步上升趋势），就会爆起来。

五：巨量千川如何打标签？

标签只要2种，成交标签和数据标签

1. 千川推产品，投放的视频素材被点赞，评论、转发就是数据标签，可通过定向人群强拉成交人群标签。

2. 千川推直播间：转化目标为评论、关注、购物车点击是数据标签，购物车下单是成交标签，所以直播间需要这两者标签数据。

3. 直播间刚开始需要千川打标签的话，天只需要投入直播间、评论即可、另外需要主播配合时刻做留存的数据标签。

六：巨量千川如何出价？

1. 推产品：按照系统建议出价的中间档进行出价，稍微高一点点就行。如果计划有展现了，继续观察，不要动（如果有展现一直不成交，当计划消耗是出价的2倍以上的时候就关闭计划起新计划），如果计划有成交（成交3-5单后根据转化成本进行压出价）、如果无展现就换新的素材起新计划或者换类目起新计划。

2. 推直播间：系统建议低出价上浮30%进行出价，有数据后或者启动计划5分钟后直接压到可承受范围出价，推直播间一定是建立有序列的间隔性计划（比如20分钟）。

七：千川需要每天搭新计划吗？

千川不需要每天都搭建新的计划，在任何情况下不需要起新计划

1. 推产品：新品上线（天个位数或百位数展现，次日起新计划），产品生命周期结束需要起新计划，转化成本太高（成交10单以上且成本是出价的2倍以上）、放弃原计划直接起新计划。
2. 推直播间:当计划的ROI超出承受范围，即可起新计划，当计划1分钟都未进入学习阶段，即刻起新计划，当计划学习失败或者成本失效，即刻起新计划。
3. 只有当原计划数据不好才需要起新计划，否则都一直跑

八：千川中的价格如何设置更合理？

以产品整体的毛利为高上限，158元签收90%=142.2*毛利率。

1. 推广产品，以签收毛利为上限起跑，计划跑出5-10单之后，根据实际转化成本进行压价，跑不出的话可以采用高开低走的出价方式。
2. 推广直播间：以签收毛利为上限起跑（计划预算300），计划消耗完后，根据实际转化成本来调整第二条计划出价，以此类推测试出自己直播间起量的底价。

九：千川如何自定义人群设置？

不管是推产品还是直播间都可以通过行为，兴趣，达人等方式自定义人群投放。

1. 行为：已经发生了的阅读、搜索、观看等行为，贡献值高，活跃度高，可以单独定向投放，会有较短的学习时间
2. 兴趣：用户可能存在兴趣，未发生的潜在人群，可以单独定向投放，需要较长学习时间
3. 达人：与达人的粉丝有相似的互动行为的人群（关注、评论、点击分享、直播观看、直播评论、直播打赏、直播商品点击、购物车点击、购物车下单），可以单独定向投放、可与行为兴趣交叉投放。

十：计划可以暂停吗？

可以，但是暂停了的计划不建议再次启动

1. 匹配人群：暂停后会重新启动重新匹配人群，而不是延续之前跑的，而且没有新计划的学习期，人群及其容易跑偏
2. 竞争：重启计划的时候，面对的竞争对手不一样。不好抢量

总结：正常跑的好的计划，不建议中间暂停计划，跑的不好的可以启动新计划。

结尾总结：巨量千川开户只是一个起点，运营才是重中之重，有关开户和运营可以评论回复，大家一起讨论。