

巨量千川图文带货如何搭建

| | |
|------|-------------------------|
| 产品名称 | 巨量千川图文带货如何搭建 |
| 公司名称 | 广州博辉网络技术有限公司 |
| 价格 | .00/个 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 广州市天河区灵山东路东英科技园 |
| 联系电话 | 13686810231 13750564677 |

产品详情

巨量千川图文带货如何搭建

想要开户推广投放代运营广告主可拨打电话或加微信（手机号码同步微信）洽谈沟通合作

添加请注明来意

李四

多年丰富的市场经验及把握各行业成功案例

巨量千川账户搭建1、计划数

01.目前数据表明，整体巨量千川单商品新建计划数远低于非巨量千川；

02.日维度下，新建计划数:在投计划数：在投创意数 = 2 : 4 : 7。

巨量千川账户搭建2、推广/极速推广

01. 极速推广：更适配自助类客户以及预算有限的客户做试投;以系统智能定向为主;

02. 推广：更适合有丰富广告投放经验的商家和服务商，需要具备一定的优化能力和数据分析能力;

建议的比例为推广：极速推广 = 5:1，具体比例请大家根据投放数据做调整。

巨量千川账户搭建3、预估展现量

01. 建议不小于3kw，尽量控制在5kw+，可根据实际情况适度增减;

02. 新账户/商家缺乏投放经验/预算不大时，建议定向尽量且保持在3kw+，避免跑偏。

注意：

1.[不限定向]/定向范围过大，会容易造成模型跑偏，新计划的探索成本也过高。

2.系统所有包含预估”的描述均为模型预估值，不代表实际情况，实际效果会依赖竞争环境与创意质量。

巨量千川账户搭建4、地域

建议商家请谨慎考虑可发货地区，如有必要请做好地域限制。

如果商家无强制要求不被触达的地域，不建议过度设置，以免影响放量。

巨量千川账户搭建5、性别

如果推广产品无明显性别属性，建议“不限”。

巨量千川账户搭建6、年龄

建议根据推广产品，选择三个左右的年龄段。

如果产品有特殊年龄属性，比如只为大学生用户打造等，建议设置”18-23”即可，具体需根据产品适配的TA去设置。

巨量千川账户搭建7、抖音达人

建议按类型批量圈选种类或达人，以免造成定向范围过窄的情况。

产品功能：圈定抖音达人类别或者指定达人账号的粉丝及互动人群进行投放。

定向解析：该抖音账号的粉丝,以及对该账号的视频进行了点赞、直播打赏、评论、分享转发、视频下载的人群。

巨量千川账户搭建8、行为兴趣意向

系统推荐适合投放新手和新广告主。

自定义的话，好对行业有一定经验判断。如若使用自定义，请注意行为的时效性。

巨量千川账户搭建9、智能放量

智能放量可以帮助你实现扩量，提高跑量能力。“可放开定向”需与您的定向设置保持一致才可生效。

例如在地域’中选择了“北京”，然后在“智能放量”中勾选了“地域”，则系统会探索北京以及北京之外会转化的目标人群，可帮助更快速度过冷启动，更可延长计划生命周期，从而长效提升跑量能力。

巨量千川账户搭建10、创意分类和标签

建议以与产品强关联的词为主，除产品本身也可添加一些如品牌，适配TA，适合节气等词。

不建议填写黑词和社会新闻/热度相关的词，以免造成频控/定向失准。

创意标签本身也对定向的影响较小，且标签前后的顺序也不存在比重的关系。创意标签对创意丰富度没有影响。

巨量千川账户搭建11、投放日期和时段

冷启动/学习期期间建议连续投放不间断，只有这样模型才能连续高效地学习。

另外，投放中断影响模型：预估不准/超成本，主动暂停和调整时段均有较大的影响。

巨量千川账户搭建12、预算

选择「控成本投放」场景下，广告计划预算不建议夸张设置：并不是预算设置越高跑量越多,系统也不会因为预算设置得越高而优先分配流量，反而会有一定风险。

选择「放量投放」场景下，广告计划预算更不建议夸张设置：放量投放场景下的投放策略和预算设置有较大联系，预算设置过高，超成本风险较大。

广告计划预算不建议设置过小：即使针对高转化出价也建议少设置10-20个转化出价的预算，所以预算区间建议(至少10个转化出价预算，商家实际目标预算)取max，大家也可以根据实际情况自行调整。

01. 预算不大/对投放经验不足等情况下，尽不选择放量投放。（放量投放无赔付）

02. 预算设置999999等“玄学数值”，尤其在放量投放环境下存在一定风险。

03. 一般建议预算按照转化成本的10-20倍去设置，然后根据跑量情况做灵活调整。