

千川投放策略分析，千川投放会经历哪几个阶段

产品名称	千川投放策略分析，千川投放会经历哪几个阶段
公司名称	杭州企帆企业服务有限公司
价格	.00/来电咨询
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市萧山区宁围街道萧山农业大厦1幢24层
联系电话	暂无

产品详情

用千川做投放，效果是有目共睹的，毕竟现在很多人气超高的账号都是以千川作为推广工具。而对于使用者来说，更需要学习和研究的还是投放的策略，因为影响因素确实非常多。接下来针对千川投放策略做一下分析，还要重点介绍一下投放过程中几个阶段的处理方法。

一、冷启动期

新账号要做直播带货，必定要经过冷启动的阶段，因为这时候没有粉丝，也没有人气，前期的积累就是投放的目标。在这个阶段需要通过跑计划的方式来积累数据进行分析，并且也能对目标人群有更直观的了解。

冷启动期的投放有两种方法，可以自建人群包，通过分析以及推算来设置目标人群的属性，然后再用计划去进行测试。另外一个方法则是研究平台上的竞品直播间，观察其人群标签，会有非常高的借鉴价值。

二、成长期

有了前面的积累，直播间就会逐渐进入成长期，人气以及销售额都会逐渐增长，同时这也是一个持续进行优化的阶段，人群定向会做得越来越，转化也能越来越高。这段时间的投放要注重商品的测试，同时也要注意对创意的测试。

三、爆发期

在进入到爆发期之后，需要有目的的控制节奏，观察直播间的流量趋势。爆发期的投放既需要保持原来的引流计划，同时也要注意老客户的回流，这样可以吧爆发期维持更长的时间。

关于千川投放策略，以上根据不同的阶段进行了分析。千川的投放要考虑到很多因素，而运营者还需要注意一点，就是抖音平台本身的算法。当一个账号已经产生一定影响力的时候，抖音会予以一定的流量扶持，适当利用这一点，可以让推广的效果进一步提升。