

# 巨量纵横广告/巨量千川广告/巨量引擎广告开户投放

产品名称	巨量纵横广告/巨量千川广告/巨量引擎广告开户投放
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

### 巨量纵横广告/巨量千川广告/巨量引擎广告开户投放

在2021年4月9日巨量引擎宣布将dou+、鲁班、电商广告的广告能力拆分出来，形成两个平台：巨量引擎跟巨量千川，并在2021年6月24日上线了巨量纵横，不过这当中有许多名词容易被混淆，比如一类电商跟二类电商名词相似，但投放链路却完全不同，为此我们盘点了巨量引擎、巨量千川、巨量纵横等三个平台的使用场景，让大家对投放链路有通盘的掌握。

## Q1

### 巨量引擎上有哪些电商的投放链路？

巨量引擎（AD后台）在电商侧，主要支持淘特、京东、拼多多、唯品会等一类电商平台的广告投放以及商家的店铺引流，目前有3种投放链路：拉新、拉活、引流。

#### 1 应用拉新

投放方是电商平台，主要目的是增加新用户，投放的广告会以超低价的商品吸引你点击广告，进去之后以各种红-包留住你，这一投放链路主要占了一类电商的大多份额。

#### 2 应用拉活

投放方是电商平台，主要目的是激活旧用户，回到平台上进来购买，比如我们在淘特上搜索"沙发"，那我们就会在刷抖音App的时候，刷到来自淘特的"沙发"广告。

#### 3 引流电商

投放方是商家，主要是为一类电商平台上的店铺进行引流，比如我们在京东上有店铺，那我们就能在抖

音上的广告将流量引到我们的京东店铺。

除上述的基础链路外，在去年12月29日的引擎大会上重点推出DPA+RTA，实现个性化的商品内容推荐和出价，并可以支持上述三种投放链路，让投放的商品可以因人而异。

## 商品推广（动态商品广告，DPA）

通过广告主提供的结构化商品信息，基于对用户的深度理解，通过特有的智能商品推荐系统进行投放，具体可以实现三个优势：

### 1 智能商品库对接，一次即对皆可投放海量商品

有丰富对接方式可选，只要有excel即可完成对接，让人效提升N倍，1条计划就能投放所有商品，并且让创意组件智能拼接，多维特征全面展示。

### 2 数据分析，行为数据助力再营销

支持深度数据融合，通过理解用户的阅读偏好，兴趣标签，自定义人群等数据，再加上商品纬度的行为数据，可以实现用户重定向精准匹配。

### 3 个性化精准投放

通过对网民的深入理解，个性化推荐商品，强相关，围绕商品动态生成创意，具体可以实现智能文案、动态模版、动态视频等跟人群的智能匹配。

## Q2

## 巨量千川有哪些投放链路？

巨量千川是字节在兴趣电商上的重要布局，它综合了dou+、鲁班、电商广告的广告能力，主要形成抖店的闭环，可以投短视频、直播间和图文带货，投放方式有：小店随心推、极速推广、专业推广。

### 1 小店随心推

小店随心推是手机端的投放功能，可以选择一条挂了小黄车的视频，点击分享按钮，然后就可以进入到投放页面了。

小店随心推的优势在于，它更符合电商用户的投放诉求；加粉、互动等一些比较浅度的目标，操作非常容易上手，更适合小店店主、普通达人的日常商品和内容的推广。

短视频和直播都能用小店随心推这个功能，如果是投放短视频，它能实现商品购买、内容种草、提升粉丝。如果是投直播，可以实现直播间人气、直播间商品点击、直播间成交、直播间涨粉、直播间评论等投放效果。

### 2 极速推广

千川的极速推广对于很多人来说是比较好操作的，也比较容易上手，它的计划组成部分较少。只需要添

加商品、视频；设置预算和出价等关键要素即可完成广告创建；投放将以“原生广告”方式进行。

千川极速推广有4个投放的特点：

### 1) 投放时间短，投放频率高

千川极速推广投放最大的一条计划只能设置到24小时以内，投放时间相对专业推广比较短，不过投放频率在实际推广过程中是非常高的，即在一场直播中，你极速推广的计划量很可能非常非常多。

### 2) 广告消耗速度较快

因为投放时间短，所以消耗速度很快，也正是因为这一点，要求我们要能够控制好其预算。

### 3) 可以快速通过学习期

### 4) 随用随建，时间自选，灵活可控

在开播、在结尾、在场中需要一个半小时的小高峰，这个时候就可以随用随建。

## 3 专业推广

千川专业版是一种更精细化的效果把控投放方式，专业版有严格的成本控制上限，会控制实际出价尽量不超过目标出价，放量时间也会相应的延长。

专业投放下还多了日期和投放时段的选择，可以根据自己的需求进行相对应的设置。人群定位上也多了【智能放量】和【徠卡行为兴趣定向】，其中徠卡定向的人群会更加垂直，支持选择用户在特定时间、场景内发生的行为。

专业推广下还多了【创意设置】、【创意分类】、【创意标签】，在创意设置里增加了【自动生成卡片】和【自动生成落地页】的功能。

通过这些对比可以看出，专业版比较适合优化师去操作，它的定向更加精准，在拿量方面更有优势。

巨量千川专业版的账户层级的设置和优化程序会更加繁琐和精细化，对优化师的专业能力要求也更高。

## Q3

### 如果有多个账户怎么办？

在信息流投放中，为了广告的多样性、计划的存活率、广告预算的充值等原因，往往同时会有多个帐户在进行投放，但也为此衍生出诸多问题，比如：多平台多账户来回切换，同一套营销素材、人群策略，会需要在不同的账户中迁移使用。

然而，投放本身就是个细活儿，这只能是不不断叠加管理的成本和运营压力，那么在广告投放中，有没有可能实现多个账号统一管理呢？

为此巨量引擎推出巨量纵横来满足企业全局管理和跨业务协作的需求，实现跨平台业务协同、跨平台资源共享及全局数据洞察。

它最大的优势就是：它能实现跨平台业务协同，与多账户打通；统一管理营销素材、DMP人群包、应用等，帮助企业快速完成货和场的匹配，实现一体化经营。

企业可以同时为数百个账户进行统一的推广管理，为企业实现核心数据的可视化汇总盯盘，在共同管理多个账户的同时，巨量纵横的后台有比较精细的权限划分，负责人可以根据各个岗位角色的诉求，进行账号权限分配，例如：设计团队只开放可读权限，给代理设置账户操作权限等。

确保在高效协作的同时，账户和数据的安全性也能得到保障。

## Q4

### 如果同时有多账户跟跨媒体跟大量基建需求怎么办？

针对这样大规模、高效率的投放场景，通用的平台就比较不能满足，而且媒体也不能为了头部的玩家而放弃中长尾客户的需求，对此巨量引擎释出了Marketing API，让有技术能力又懂广告投放的软件公司可以帮忙服务头部的客户，比如创量。

针对巨量引擎（AD后台），在电商的场景，创量目前已经能支持：商品推广、应用拉新、应用拉活、引流电商4种投放链路。

比如在商品推广这个投放链路下：有家代理商通过创量商品搭建能力，将广告搭建由原来15条/小时提高到100条/小时，并在使用3天后消耗提升17%。

创量支持巨量引擎的拉新拉活等投放目的，具体的搭建方式为：应用（下载链接）+商品广告，应用（落地页）+商品广告，商品+落地页，适合手淘、淘宝直播、陶特、咸鱼、唯品会、苏宁易购的投放。

应用（下载链接）+商品广告

应用（落地页）+商品广告

商品+落地页

针对巨量千川后台创量目前已经能支持：专业推广、极速推广等2种投放链路；同时支持商品购买、直播间成交的转化目标，创量搭建示例如下：

商品购买

直播间成交

商品购买