

开通了巨量千川广告账户需要注意什么

产品名称	开通了巨量千川广告账户需要注意什么
公司名称	广州博辉网络技术有限公司
价格	.00/件
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

开通了巨量千川广告账户需要注意什么

一、开户

要想开千川账户，必须先开通抖音小店账户。然后在抖音小店的后台开通即可，自主开户目前还无法充值。

正常开户必须先绑定一位直客销售，直客加白报备通过后需要准备以下信息：

主体名称（开通小店的主体名称）

店铺名称

店铺id

小店邮箱；发给对应开户代理商即可。

与之前的ad开户相比，流程和效率都大大提升，基本上一天就能下户投放。

不过需要注意的是：

一个主体只能绑定一位直客销售

一个主体可以在多家代理开户，一个代理只能开一个子账户，所有账户均在同一后台。

账户开通后点击“电商广告”（如下图）即可进入千川的投放账户。

二、绑定抖音号

小店绑定的抖音号会直接同步到账户，不需要另外绑定，授权类型会显示“官方”。

如果需要绑定其它抖音号，可以通过「账户-抖音号授权」来完成，授权类型会显示“自运营”。如下图所示：

目前绑定其它抖音号仅支持达人码方式。

获取达人码的条件是：

抖音号需大于1000粉丝

抖音号需选择达人/创作者身份扫码登

陆巨量星图一次（登陆网址<https://star.toutiao.com/login?roleType=user>），如图

满足以上要求后，继续按照如图操作即可获得达人合作码。

在获得达人码之后，点击添加抖音号填入具体信息，最后再用绑定的抖音号在手机端确认绑定即可绑定成功。

三、投放（极速版）

极速版投放只需要设置预算出价即可投放，我在测试期间投的美妆行业，出价为客单价的三分之一左右，ROI在2-2.5之间，而且整场非常稳定，适合没有信息流基础的商家。

建议：

预算：每场开播搭建两条计划，预算均设置1000；

投放方式：控制成本进行投放

转化目标：直播间下单

定向：一条投放系统推荐定向，一条根据直播间产品简单设置人群、性别、年龄、地域

出价：根据盈亏点来设置。这个出价是投放后成交一单的大概价格，所以至少要保证客单价减去产品等成本以及广告费之后还有利润空间。前期投放可以出价相对高一些，如果投放下来放量速度很快，而

且ROI正向，就可以降低出价，争取更高的利润，后期在人货场完备的情况下可以考虑加大预算进行投放。

总体来看，千川极速版能够让没有投放经验的商家快速简单的利用付费增加直播间的精准流量，从而拉升gmv，非常值得一试。

四、投放（专业版）

对于专业版，我测试了7w左右的消耗，整体进入成本比同场ad的数据要便宜5-8毛，正常投放下ROI差异不大。但由于ad账户本身模型稳定，量级比较大，所以在投放中会对千川造成一定的挤压。如果完全由千川做投放数据应该会更好（我测试的场次ad平均单场投放金额在15w）。

预算：直投计划单条2000预算，根据ROI情况整场不断放开；视频计划单条5000预算，一般需要2-3场才能逐渐起量，后期根据ROI不断放开

定向：系统推荐、莱卡定向以及网红粉丝这三个建议根据自己行业选选择，每个视频以及直投计划各准备一条测试，筛选优质计划保留，ROI差的计划放弃

投放方式：控制成本投放

转化目标：直播间下单

投放几次下来，我觉得相比较巨量ad来说，千川计划调整的操控性要稍微弱一些，调整出价预算计划的反应不如ad那么直接。可能是因为测试总数据量和千川的数据积累并没有那么多。

我把8场投放数据做了一个汇总，如下图所示。

整体ROI在前期偏低，中后期会有一个反哺机制，ROI会回正很多。感觉千川好像有自己的想法，每场会在差不多的时间修正ROI。

由于一些原因，后面每场测试的都是新的直投计划，而且出价相对偏高，ROI比之前差，但整体上升趋势和之前相差不大。对于刚上手千川的新人来讲，这样的机制相当于多了一层保障。

由于目前整体投放数据不是很多，而且还同时受到ad投放的挤压，所以目前我还没找到一个能和现在的ad量级相同的方法。不过我相信，千川的投放效果不会比ad弱，只会更强。而且对于商家来说，投放相对更简单，ROI比ad更容易控制，相对而言降低了投放门槛，让更多商户可以付费氪金，从而提高销售额。

分时段消耗

千川对商家来说是一件好事，不仅有效降低了投放门槛，而且投放人群也相对更加精准，能够有效帮助商家提高ROI。

但对优化师来说则是一个不小的挑战，很多玩法需要重新研究。不过，这同时也是一个机遇，只有在外环境不断变化的情况下拥抱变化，不断学习和提高自身能力，才能在激烈的竞争中抢到更多流量。

我一直都认为，拥抱变化是一个优化师的基本素养。我也在这条路上不断摸索和学习，和大家共勉。