

抖音直播带货这么投放效果更佳

| | |
|------|-------------------------------------|
| 产品名称 | 抖音直播带货这么投放效果更佳 |
| 公司名称 | 杭州北斗星网络技术有限公司 |
| 价格 | .00/件 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 浙江省杭州市西湖区西斗门路3号天堂软件园A幢1楼1034室（注册地址） |
| 联系电话 | 15824487015 13605817015 |

产品详情

做抖音直播带货时，很多人都明白投放的加分作用，但大家在实际运营过程中往往存在很多误区。如何进行有效的投放，有哪些因素影响投放效果，直播间数据怎样分析才能真正改进直播效果。1、直播投放的四大影响一场的带货直播在高效益的投放下，不仅能够增加销量，还能够增加直播间的曝光度、粉丝量，帮助商家解决直播间人数少、粉丝量少和冷启动难等问题。准确理解广告投放带给直播的效益，能帮助商家更好地做出投放决策，的广告投放能给直播带来四大影响。1.1

提升人气投放直观的影响是引入更多的人观看直播，提升直播间在线人数，增加场观加热直播人气。1.2 提升GMV投放引入直播的人群大多数是具有购买意向的人群，观看用户人均价值高，从而提升整体GMV。1.3 提升转化率相比自然流量人群，投放覆盖的人群度更高，评论点赞的积极性也更高，高质量的互动能吸引更多用户参与，提升直播间的活跃度，从而带动自然流量人群的销售转化。1.4 提升粉丝量在引流人群后，配合直播间玩法和策略，可以使已购买用户或潜在购买人群关注直播间，并在后续的直播中转化成自然流量。2、直播前做好投放的准备首先，熟悉货品是向用户介绍货品的基本功，需要避免的误区是，熟悉货品并不局限于货品本身，掌握货品是一个系统的过程，包括货品历史数据分析、货品人群画像分析、熟悉直播货品属性、了解直播运营上品模式、预测爆款商品等多个过程。2.1 货品历史数据分析货品历史数据分析需要围绕“带货”这个核心目标展开，关注货品过往直播的数据指标，包括销售额、互动数据等，进一步了解货品的推广策略和推广效果，为接下来的直播提供参考，更好地配置资源。2.2 货品人群画像分析结合账号用户画像进行货品分析，这样比较容易找到满足用户需求的商品，以及打动用户的商品卖点。2.3 熟悉直播货品属性不同的商品适合在不同类型的直播间推广，只有在把握直播货品属性的基础之上，才能搭配合适的直播间模式，做出更优的货品组合。2.4 了解直播运营上品模式在货品上做足充分的了解工作后，接下来是决定货品的直播上架顺序和上品模式，建议大家根据货品的属性和组合方式，留意选择不同的上品模式。2.5 预测爆款商品直播前与品牌方、直播团队进行爆款商品预测，能够更有针对性地把控直播投放，避免直播间销量引爆，库存却无法承接的情况。一般来说，产品种类多样、使用频率较高的商品，以及新奇兼具实用性的商品，更容易成爆款。在上述准备覆盖了直播带货的三大核心要素“人、货、场”，在直播选品、人员、主题、场景等常规准备之外，给出了更多思路，方便大家根据自身直播目标，更好地处理直播货品与消费者、投放的关系。3、投放与运营高效配合的四个步骤有效的直播投放不仅实现直播销售额增长，还能在用户端形成心智认知和复购，加速一个好品牌、好主播的崛起。进入正式直播阶段，直播投放效果如何，离不开与直播运营的高效配合。大家都关注投放ROI，但比投放ROI更重要的是，商家需要关注投放与“人、货、场”的联系，通过与直播运营紧密配合，提高直播GMV。3.1 做好直播节奏对接开播前与直播运营做好直播节奏对接，弄清楚哪个时间

段哪些货品是快速过款，哪些需要细致讲解，从而制定相匹配的投放节奏。3.2 实时把控节奏直播时根据上品节奏，提前预知后面上架的货品及单价，他们一般要预知后面2到3款货品及单价，根据货品单价的高低，决定投放是加速放量还是放缓收量，实时把控投放节奏。3.3 择机拉量直播投放后，相应的投放情况和数据已经显现，这时就需要根据客单价和预期跑量情况，调整投放的策略，提高资源利用率。3.4 及时配合投放过程中，起量和收量的节点要及时告知运营配合货品过款，提高流量利用率。总而言之，仅靠广告投放并不能解决直播的所有问题，只有在人、货、场三方面都准备完善的情况下，加上广告投放的配合，才能达到理想的投放效果，打造更高的GMV。

4、投放数据和直播数据复盘指南一场直播结束以后，数据复盘是为重要的一个环节，只有及时发现这场直播的优劣，才能在下一场直播中有所优化和突破。但只盯着销量是不够的，有效的数据复盘可以对当场直播有一个全面的了解。我们分别就广告投放数据和直播间数据两个方面，总结了一份全面的数据复盘指南。

4.1 广告投放数据分析指南从竞价广告后台拉取详细数据报表，除了投放ROI数据外，分析其他精细化维度的数据也尤为关键重点观察点击单价与往期数据相比是否存在异常，配合详细的分时段数据进行对比分析，排查是否存在流量挤占或异常的情况。根据数据分析结果总结归类投放问题，例如流量问题、投放策略问题等，并制定相应的解决对策，比如投放策略上，发现一些人群的投放ROI比较低，那在后续的投放中可以规避这类人群。

4.2 直播间数据分析指南查看小店后台直播数据详情。分析直播流量转化漏斗，了解哪部分的转化率较低。根据不同流量的渠道的时段趋势图，分析不同流量的占比情况。仔细分析直播的每一个环节链路，并对比过往类似直播场次的数据，找出直播问题与亮点，以便后续直播进行调整。5、直播投放小妙招针对提高投放ROI的问题，我们总结了4步法。人群分好组出价分梯度预知大高货放量稳准狠