

学历提升千川搜索广告怎么投放？

产品名称	学历提升千川搜索广告怎么投放？
公司名称	广州博辉网络技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	咨询投流代运营:联系我们 咨询开户投放:联系我们 咨询广告如何做:联系我们
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

学历提升千川搜索广告怎么投放？

搜索广告投放逻辑、CTR*CVR优化方法

**步流量触达，我们需要关注的是你的广告怎么去覆盖更多的流量。比如关键词买的是不是准，覆盖的够不够全面，匹配方式的话有没有开启半匹配，定向设置有没有尽可能的放宽

第二步相关性上核心要关注的话就是词和创意的相关性，搜索的相关性会比信息流的相关性要求高很多，这也是搜索广告与信息流不一样比较典型的地方。

第三步ECPM的竞争，核心要关注的就是出价和CTR与CVR，有影响CTR与CVR的因素也列在了右下方大家可以参考

投放方法—账户搭建——关键词

投放的逻辑我们大概已经清楚了，那接下来该怎么去实操呢？首先在买词和建计划方面，针对教育行业来讲，整体上建议账户里，基本是20条计划就差不多了，不需要太多，当然太少也不行。比如说，只建一两条，两三条，是不见得能起量的，但是也不要太多，20—50是一个比较合适的范围，在计划的分类上，我们一般是要做分词是搭建计划，就是品牌词、核心业务词、通用词要分开去做，主要是比较方便后面的计划管理，在拓量和成本的优化方面，比较高效。还有就是各类词可以去对应不同的匹配方式和出价。

投放方法—账户搭建——创意

在创意方面一条计划至少有3条以上的创意，标题和素材不完全相同，创意数的话不建议太多，因为太多

的话，就会导致每条创意就拿到一点的流量，数据量太小的话，就没有办法累积起来，模型就可能跑不好。所以是不建议太多的，大概是3—8条这样就差不多，标题的话是要不一样的。

投放方法—账户搭建——出价策略

出价的话，其实就是阶梯化出价，不同的词性和匹配方式去进行不一样的出价，越核心的词越提价，然后泛一点的词，出价可以低一点，*终账户成本追求一个打平