

# 千川投放逻辑的分析，使用千川投放的思路介绍

产品名称	千川投放逻辑的分析，使用千川投放的思路介绍
公司名称	杭州星抖云文化传媒有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	西湖广告大厦3F
联系电话	15824487015 13605817015

## 产品详情

千川是很强大的推广工具，不但的运营公司会使用，小团队也可以用它来实现投放，从而提高抖音账号的商业价值。想要更好地发挥出它的功能，就要懂得投放的逻辑，在这里对千川投放逻辑做一下分析。

### 一、直播账号投放的三个阶段

1.个阶段是冷启动阶段，通常把口碑分出来之前看作是冷启动阶段，这段时期的投放需要讲究策略，建议从开播就开始投成交，然后分别对观看、点击以及评论进行投放。

2第二个阶段是学习期，从口碑分出来之后，到实现1000个订单之前，都属于是学习期。学习期的目标就是提高高度，可以通过不断的建立新计划，并且对数据进行分析对比来实现。比如新建10条计划之后，观察哪几条计划能个出单，而这就是今后调整计划的依据。

3.在实现1000个订单之后，就进入到了成熟期。在进入成熟期之后，已经能够实现非常高的度，所以这时候的目标就转化为提升ROI，从而降低转化成本。

创鑫文化专为商家提供抖音/快手/小红书卖货帮助，包含账号定位、蓝v认证、代开店铺及精选联盟、代开橱窗小黄车，只要你想在短视频平台上卖货，我们都可以一站式解决。有需要可以滴滴我们~欢迎打扰

### 二、千川投放的逻辑

用户需要明白转化的思路，是从付出成本到预曝光，然后实现订单的转化。接下来是进一步的成本付出，再次预曝光，以这样的方式进行循环，度得到不断提升，而成本却可以实现下降。

根据这样的逻辑，可以分析出更多的有效结论。比如在起号阶段，更适合采用投视频的方式，能够方便地实现投放，也能达到更高的成交度。

以上就是对千川投放逻辑的一些分析，千川的新用户可以借鉴上述的逻辑来理解千川的使用方法，以及自己直播间的投放策略。另外也建议多尝试一下直投的方式，因为使用这种方法的用户相对较少，所以

竞争不会太激烈，有可能实现更高的推广效率。