

千川投放多少出价下单合适？影响千川出价的因素有哪些？

产品名称	千川投放多少出价下单合适？影响千川出价的因素有哪些？
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	15868279988 13605817015

产品详情

千川投放多少出价下单合适？

投产品，一个产品投5-10个计划，6小时内看数据表现，没什么展现(继续观察完当天，次日起新计划)，有展现无转化无转化(消耗超过2倍出价，关闭掉重新起新计划)，有转化超成本(成交3-5单直接压到可承受范围出价)

投直播间：开播前起好2类(急速、)3种转化目标(进入直播间、点击直播间、下单)计划(也就是总共6条计划，预算均为300)，以此为一组标准计划，然后再次复制两组计划出来(这样总共就18条计划，开播时先暂停7-18条计划，也就是只投1-6条计划，开播后每隔20分钟启动一组6条计划，数据表现好的计划(看roi)后续直接复制表现好的新计划即可)

投产品的话以有没有成交为目标，后面根据数据调整ROI，投直播间以哪种计划能拉人气进来为目标，然后再根据ROI补计划。

巨量千川低投放需要多少钱一次？

巨量千川没有太高的门槛，但却有单日消耗达1000元的要求。

如果是有店商家且有对应销售服务的客户根据所在城市级别，起充金额5000-6200，续充1000起。

资金预算不足、没什么投放经验的时候，尽量别去选择放量投放，一般建议预算按照转化成本的10-20倍去设置。

抖音巨量千川的收费标准都差不多，具体需要多少费用根据商家的投放来看，需要注意的，巨量千川必须要投放才能达到大的效果，否则就是白花钱。

抖音巨量千川出价的意思就是指你愿意为此次推广或点击所花费的高费用。

影响千川出价的因素

下面是出价的一些影响因素，基于我们自己的实际情况来去做一个调整就可以了。

1.不同行业人群出价不一样

首先不同行业客单价差距就非常大，购买高客单价商品人群的人群价值远远高于购买低客单价商品人群的人群价值，而且不同行业的竞争度也是不一样的，自然人群出价也会不一样。

2.不同时段出价不一样

如果我们是跑视频素材和稳定转化，那么上班时间和下班时间的出价会有差别，优化师上没上班也决定了我们的出价竞争度是大是小。如果跑得是直播间，那么本来早上播和晚上播开播的直播间数量就不一样，出价就会有差别(尤其是早上六点这个时间段，价格会非常低)。

3.不同日期出价不一样

比如活动大促、节日节点期间，流量竞争是相当大的。明星品牌都会在这个阶段进行大额投放，以及会

去冲榜自然流量。所以在竞争比较激烈的时期，出价会有相当大的差别。

4.信号可以适当地提高出价

对于一个新号来说，它是没有基础质量度的积累的，平台并不知道你的素材是好是坏，所以它一开始不会把你的素材质量度定得很高。所以和一些已经跑起来量、优质的账户/素材相比，你就需要一个更高的出价来去获取展现机会。

5.计划冷启动期可以适当地提高出价

想要更快地让计划度过冷启动、迅速建立模型，那么在冷启动阶段也可以适当提高出价，加快学习过程

千川整体ROI和下单ROI有什么区别吗？

区分两个场景：

1)计划维度下有成交ROI及下单ROI两种：

成交ROI：成交订单金额/广告消耗(包含在线支付成功和货到付款已确认的订)

下单ROI：下单订单金额/广告消耗但是两者数据差别建议控制在0.3以内

2)直播场景下有整体ROI及广告ROI两种

整体ROI：直播间的支付订单金额占比广告消耗

广告ROI：广告引导的直播间支付订单金额占比广告消耗