

# 优秀投手对巨量千川的操作|来看看

产品名称	优秀投手对巨量千川的操作 来看看
公司名称	杭州芃芃其麦网络科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市余杭区仓前街道龙舟大厦802室（自主申报）
联系电话	13073631882 13735884376

## 产品详情

千川出台，很多人问千川投放问题，其实和feed大同小异，本人也是测试了几波单品投放，饰品类目白牌，单直播间稳定在消耗5W/日，销售额单40W/日，投产勉强过得去！

千川单品直播间投放，在选品固定的情况下，核心是直播间设计，其次是账户操作，直播间效果决定投流的人数！

首先我们了解什么是巨量千川？

千川是为抖音小店商家和创作者提供的广告投放一体化平台，作为商家直接登录抖店，点击电商广告，就可以进入巨量千川的操作界面，如果你是达人，需要先登录巨量百应，点击巨量千川即可使用。要注意，达人仅能使用直播推广，不能使用短视频图文带货推广。

打开巨量千川的首页，除了消耗、展示次数和点击率之外，还多了支付订单数和支付订单金额的数据。

直播间带货 = 30%主播 + 30%选品 + 30%运营 + 10%投放

其实直播间投放的玩法是很简单的，但是你要负责的内容却是很难的，而千川广告在直播间带货中，具备以下3个作用：

- 1、通过付费广告争取更多流量，增加直播间产出
- 2、通过定向方式覆盖意向人群，吸引更多意向访客，提高直播间ROI
- 3、通过不同转化目标和出价设置，达到不同的引流目的

没投放之前，累计观看人数是713，而投放后则是超过了14万，这其中数据显示千川来源的流量只占据了21%，也就是将近3万人，其他的自然流量也比之前翻了不知道多少倍，整体的流量也得到了大的增长。

这也就是很多人都在问的，千川自己的流量会影响自然流量吗？答案是会！千川可以带动自然流量，为直播间带来更多流量。

千次展现成本和点击率，反映了视频直播间的好坏，ROI直接代表了您盈利的情况，各项数据一目了然，在搭建计划的时候，我们可以选择短视频图文带货，或者是直播带货的营销目。推广方式又分为极速推广和推广。

要想作出有效的投放策略，深入理解广告投放的底层机制很有必要。

每一条广告让用户看到一次就是一次广告请求。

每次广告请求都会同时有N条广告创意在争抢展现的机会，但终成功展现的只有一条广告创意。决定谁能展现的就是背后的投放逻辑，系统对每条符合如上几个步骤的广告给您展现后，对点击广告的概率，点击产生转化的概率、出价来计算每条广告的一个值，然后从高到低排序。

即呈现给用户的整体内容效果，直接决定点击率成败，通过细分影响点击率的因素，如果是直投模式，不难发现直播场景的打造、主播的即视感、话术、直播间氛围、热卖商品等因素都深度影响点击率，而想要实现很好的点击突破，这些要素的优化组合就尤为重要。如果是创意素材模式，视频的商品、展示模式、话术卖点的提炼、拍摄场景、拍摄模式及剪辑模式又构成要素组合影响点击率。

把预估点击率、预估转化率、出价作为驱动广告的二架马车投手就是一名马夫，想要马车跑的长远，你重要做的就是将零部件做到优比组装，这时候马车就能顺利跑起来，但如果想跑的更快，就会出现另一个词，改装，也就是投放界的优化。

了解到巨量千川投放的底层逻辑，我们来高屋建瓴的拆分投放的三个阶段，学习期阶段、增速投放阶段、计划衰减阶段。