

抖音怎么做推广才有效果

产品名称	抖音怎么做推广才有效果
公司名称	遵义腾浪科技有限公司
价格	10.00/件
规格参数	广告开户投放:联系我们 开户代运营:互利互助 开户代运营:互利互助
公司地址	TG:@APC789
联系电话	18218498858 18218498858

产品详情

抖音广告如何投放才有效?

1、抖音短视频广告拥有独立的广告后台，成功开户后会提供给您独立的推广账户，通过该账户就可以进行广告投放了，需要开户的广告主可以联系雀凡网络进行免费开户。2、当然大家也可以选择自主投放，前提得拥有丰富的信息流、视频信息流广告投放经验，当然如果您没有信息流广告的投放经验，也可以找的广告公司来开户和代运营。抖音广告投放要准备什么?1、素材准备：抖音广告要求展现的素材为视频，并且抖音对视频素材有着较为严格的审核，因此您需要准备较为优质的视频素材才可以进行投放。2、落地页设计：良好的落地页是广告能否取得较好广告效果的重要因素，因此在投放广告前，您需要准备好一个优质的广告落地页，并且该落地页也是需要开户前进行审核的。制作优质的视频素材如何操作?通常情况下，广告主都喜欢投放抖音信息流广告，用户在刷抖音的过程中，随机插入广告，所以抖音平台也十分注重广告素材的质量。如果广告主想要进一步提升自己的广告效果，制作高质量的视频素材是非常关键的。1、吸引用户眼球刷过抖音的朋友应该都知道，一个视频自动播放之后，如果说前面几秒钟不能吸引到用户，那么用户就会直接滑过去了。所以投放抖音广告很重要的一点就是，文案要尽量新颖、有趣，能在一开场的时候抓住用户的眼球，不至于再一开始的时候就把用户流失掉。2、文案与产品相符

广告素材是用来吸引用户的，但我们目的是推广产品，用户实实在在关切的也是产品问题。所以我们在设计文案的时候，要从产品出发，文案是产品的陪衬，是为产品来服务的。如果我们的文案设计与产品马牛不相及，那么文案再好，广告的播放量再高，转化率也达不到，文案与产品不相符容易造成用户的流失。反之，如果我们能根据产品的某些特性来进行文案的设计，使用户真正的关注到产品本身。

一、营销定位

如果你想通过在抖音上做广告得到更好的推广，步就是找到自己的定位，了解你的品牌受众，创造这些群体喜欢的内容。

如果用户喜欢内容，那么他们也可能在一定程度上形成二次传播，让用户成为内容分享者。

2.推广形式的选择

抖音广告推广有多种形式。如何选择应根据广告主的需求而定。

下面我们来介绍一下各种抖音广告的特点：

2.1 抖音开屏广告

打开抖音的界面会出现开屏广告。其特点是视觉冲击力强，曝光率高。它支持静态、动态和视频演示。您可以点击广告页面直接跳转到品牌落地页。推广效果强。

2.2 抖音动态消息广告

抖音动态消息广告的一大特点是可以为用户带来身临其境的体验。它支持水平和垂直查看模式。将混合在短视频中并推荐给用户。可以根据用户的兴趣细化覆盖受众。群组是一种很好的广告模式。

2.3 与创作者打广告

这类广告的特点是利用创作者拥有的粉丝数量的影响力来完成广告的传播。广告可以保留在创作者的账户中，广告推广效果还不错。

很多投放了抖音广告的朋友，冲着平台的大流量而去，广告的费用没少花，成果却非常低，其实抖音广告的投放也真是有一定的技巧，在以上的内容中为大家进行了相关的介绍哦。

一般来说，抖音引流推广有免费引流和付费引流两种方式。大家要想为自己的抖音账号做引流推广，就要利用好这两种引流方式，发挥出它们各自的优势，为自己的视频曝光助力。

如果大家选择免费引流，首先要对自己的抖音账号有明确清晰的定位，打造视频内容的垂直度，大家只有用心经营一个垂直细分的领域，才能得到相应粉丝的关注。其次是打造优质视频内容，大家在保持视频创作的创新性和价值性时，也要有保持固定的更新频率，这样才能留得住粉丝。后，也要注意积极与粉丝互动，比如通过回复其他用户的评论，建立积极的互动反馈等，还可以开直播和粉丝交流。还可以关注一些行业内部的KOL并积极与他们互动，为自己引流。

如果大家选择付费引流，就可以选择开屏广告、信息流广告、搜索广告、投DOU+等方式进行高效推广。开屏广告具有强大的视觉冲击力，可以带来巨大流量。信息流广告则内嵌于抖音原生视频当中，可以巧妙自然地植入广告。搜索广告则是利用抖音内部搜索引擎的排名机制在用户检索后出现的广告内容。此外投DOU+也是抖音引流推广的优选方式之一，大家可以用DOU+投放广告，让自己的短视频能够被更多的抖音用户看到。

以上就是抖音引流推广的介绍了，希望对大家的短视频推广有所帮助。也希望如果有推广需求的朋友，可以考虑利用抖音做引流推广。

相信很多人都听说过抖音APP，但对抖音上的DOU+来说，大多数人并不了解。接下来，我们就来了解下，投DOU+是什么意思吧。

要了解投DOU+是什么意思，就要先了解DOU+是什么。DOU+是内嵌在抖音APP内部的一种视频加热工具，只不过它是以付费的形式来为用户提供服务的。用户可以通过DOU+让自己的视频或直播获得更多曝光度。

投DOU+，具体来说就是用户用DOU+为自己的视频或者直播间助力。DOU+的投放是基于视频内容的

，所以首先我们筛选具有潜力的视频作为种子视频投放，比如在发布视频后，少量投放DOU+，一段时间后看下视频的互动数据，尤其是点赞、转发、评论这些。跟以往的视频数据做对比，如果数据表现比较好，就可以扩大投放了。当然，这也是DOU+投放的一个技巧，就是小额多次投放。把整体的预算拆散，一直保持投放，让热度持续。后，投放DOU+要掌握好投放时间。一般来说，视频发布后就要开始投放，这样可以积累波的视频数据，增加上热门的几率。在视频出现小爆发时，还要应当追加投放，把视频推荐给更多的用户群体。总的来说，DOU+投放应该覆盖视频的热度周期，结合视频表现数据及时调整投放策略和预算分配。

另外，DOU+投放的模式与普通广告的排期下单不同，其嵌于抖音内部的机制便于用户随时随地进行投放无需等待。另一方面投DOU+的价位也是可以由用户自由选择的，不同梯度的价位满足用户不同的推广需求。用户还可以在投放DOU+之前就做好关于目标受众、投放目标等内容的筹划，确定投放后直接根据对应的需求付费使用即可。至于投放的结果也不用担心，因为DOU+后台会提供投放数据，便于用户对投放进程做好把控以判断下一步是否追加投放。后，DOU+投放也支持用户开具发票，直接在后台申请即可获批，方便有报销需求的企业或广告主。

抖音推广必备技巧：

技巧1：直接秀产品

如果你的产品已经做得很有创意并且功能新颖，可以方便随时做展示，那么请到抖音上直接展示做营销推广。

技巧2：夸张地放大产品的优势

如果你的产品是没有什么比较大的亮点或者吸引力，不妨在抖音上采取一些夸张一点的表现形式去呈现。例如宝马GT为了宣传空间大这个卖点，直“藏”了12个销售人员在里面，让观看者印象深刻。

技巧3：引起用户猎奇心和参与感

在文章的开头我们就谈到了海底捞这个典型的抖音营销案例，其实它的一个营销做法就是利用用户猎奇心和参与感。海底捞在抖音“超好吃”的底料搭配法引起了用户的猎奇心，然后加上参与门槛低的情况下纷纷带着猎奇心去参与。

技巧4：场景植入

所谓的场景植入也很容易理解，就像我们看电视剧电影的时候，在画面中人物角色的背景出现广告产品。所以可以理解为在拍一个搞笑或者娱乐类的抖音视频时，在你的旁边出现一个要宣传的产品或者产品logo等，这样也可以起到一个宣传效果。

技巧5：用视频做口碑营销

广受年轻人们欢迎的“答案奶茶”就是利用了视频做口碑营销。视频中排出人头涌涌的排队场景以及排队消费者们的笑脸、期待心情等做口碑营销。

抖音作为的短视频平台，拥有海量的用户，所以很多企业和广告商都希望在抖音平台上进行推广，为自己的品牌带来流量。DOU+是抖音平台上内置的一款付费类视频推广工具，可以为大家提供流量投放服务，操作简单易上手。但是在投DOU+（抖加）的过程中，有一些注意事项需要了解，我们一起来看看吧。

、制定好投放目标。DOU+能够满足用户对于广告投放的多种需求，譬如增加视频或直播间的曝光度、营销推广产品等。大家在投放前可以先制定好投放目标，才能发挥出DOU+投放的效益。此外，如果部

分用户是次使用DOU+，不妨先发几个视频测试一下自然流量，根据其他用户的互动反馈，调整优化视频本身的质量后，再投放DOU+的效果更好。

第二、选择适合自己的投放方向。因为DOU+投放为用户提供灵活的选择方向，大家可以根据受众群体特征的差异性分地区和分时段进行投放。例如一家美食店铺的推广营销就可以选择店铺位置附近的地区进行DOU+投放，视频的内容就会推荐给可能对此感兴趣的用户群体。选择了适合自己的投放方向，能让DOU+发挥出事半功倍的作用。

第三、学会利用数据反馈结果。大家要根据DOU+提供的投放数据进行分析，动态追踪视频发布后的互动数据，如完播率、点赞、评论、转发等。由此决定下一步的投放策略，在适合的时候追加投放，不仅能扩大流量获取，同时还能节省时间和运营成本。

总的来说，投DOU+可以高效提升抖音账号、视频内容的曝光度，大家可以在了解投DOU+的注意事项后，可以用DOU+为自己的抖音账号助力。

以上就是投DOU+是什么意思的介绍了，希望能够对大家有所帮助。

不知不觉中，feed流（又称信息流）广告已经成为短视频、电商等平台的主流投放方式之一。它以原生特性，很好得融入于内容之中，在潜移默化之中进行推广。下面介绍一下抖音feed是什么。

抖音feed是什么？它是穿插在抖音App内容中的广告，具有原生沉浸式体验，支持多种展现形式。抖音feed可以进行线索收集，支持落地页表单、智能电话等转化方式。也可以进行应用推广，支持App落地页和下载链接两种形式，为应用程序获得新增和活跃用户。还可以推广线下门店，实现对门店周边潜在用户的覆盖，支持添加POI、卡券等方式推广门店。

抖音feed是什么？它可以推广短视频内容，展示在抖音信息流内容中，支持推荐频道竖屏展现样式，以及原生或单页等多种样式。经过巧妙地视频设计，广告内容被有机地结合进内容推荐中，用户基本不会察觉异样。这样不仅能够增加品牌或产品的露出，还不会影响用户的观看体验。在相对和谐的情况下，完成种草的推广动作，加深用户对品牌或产品的印象和好感。

抖音feed是什么？它可以推广直播间，目前抖音直播间有两种广告样式，分别为短视频引流直播间和feed流直投直播间。短视频引流直播间指的是商家所投放的广告视频素材，可以让用户群体在信息流里刷到，账号在直播时，大家可以通过点击头像或组件直接进入直播间，也可通过左滑或点击昵称进入抖音直播号主页。而feed流直投直播间则是直播间里的实时内容将通过feed信息流直接展示给用户群体，大家可以在信息流页面刷到，直接点击屏幕进入直播间。

抖音feed是什么？抖音feed还可以作为本地达广告，推广线下门店，用户在打开抖音App浏览推荐频道时，有机会看到，这可以满足广告主线下门店推广的本地营销诉求。

什么是抖音信息流广告？抖音信息流广告是在抖音App中，大家向下滑动观看视频时，不定时地显示出来的广告。由于它是抖音的原生广告，比较自然，不会对用户观看体验造成不好的影响，所以受到广告主的青睐。但是要想获得比较好的抖音信息流广告投放效果，了解抖音信息流广告投放技巧很重要，下面我们就来聊聊吧。

、视频内容创作要精心。视频内容是抖音信息流广告的载体，它直接决定了广告的成败。好的视频内容才有可能有好的用户互动，能够提升视频的评价指标，比如完播率、转评赞等等。好的用户互动不仅可以带来好的广告收益，更可以节约广告成本，因为视频质量分会影响抖音信息流广告的费用。而差的视频内容不仅无法引起用户群体的观看兴致，严重还会影响整个账户的评分，减少曝光量。落地页的设计也要与广告创意相符，让用户体验不至于受到影响。

第二、广告后台设置要细心。抖音信息流广告有多种样式，同时又可以根据不同的用户群体进行选择，

比如性别、年龄、兴趣爱好、城市地域等等。在投放之初就应了解自己的目标用户群体，做到有的放矢。这在投放的操作中，也要注意策略和方法。不同用户群体喜欢不同的广告形式，甚至可以利用抖音平台打出组合拳，比如开屏广告+信息流，多次触及用户群体，又比如信息流+达人或KOL，加强广告种草等等。

第三、投放效果优化要耐心。一个广告投放出去，效果需要及时追踪和分析，投放才能被优化。每个信息流广告发布后，定期进行详细的复盘，不仅可以找到问题和不足及时解决，更能总结出好的方向和策略，指导进一步的投放工作。这个过程是持续的、也是漫长的，但会是有效的。这个时候拿出耐心来仔细分析数据和用户群体行为，可以优化下一阶段的抖音信息流广告。抖音信息流广告还有一个oCPM的投放方式，可以通过机器学习来更加高效地优化投放，大家可以尝试一下。