

千川投放一直消耗但不出单是什么情况

产品名称	千川投放一直消耗但不出单是什么情况
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

哪些因素会影响eCTR？

用户刷到一个广告为什么会点击？背后的原因直接影响eCTR，呈现给用户的整体内容效果，直接决定点击率的高低。千川

广告有两种投放模式一种是直播间直

投，另一种是投素材。如果是[直播间直投](#)

模式，直播场景的打造、主播的即视感、话术、直播间氛围、热卖商品等因素都会影响点击率；如果是投创意素材，商品本身、商品的展示模式、话术卖点的提炼、拍摄场景、拍摄模式及剪辑模式都会影响点击率。

3、哪些因素会影响eCVR？

1) 素材的质量；

2) 投放后台的设置性；

3) 直播场景的营销性；

4) 主播本身以及对于商品销售的讲款、打单、逼单能力及话术；

4、影响千川计算的数据是否出现延迟的情况呢？

账户整体和分计划数据会存在一定的延迟情况，如想观察实时数据，可关注【工具-直播】延迟较小。

5、直播带货，自播各阶段核心目标和指标有哪些？

1) 冷启动期：核心目标【直播间互动数据、人群标签】，指标建议关注【停留时长、互动频率】

2) 成长期：核心目标【直播间互动数据、人群标签、转化率、UV值】，指标建议关注【停留时长、带货转化率、UV值】

3) 成熟期：核心目标【GMV】，指标建议关注【UV价值、停留时长、整场GMV、人均客单价】

6、商品点击率对直播间的影响大么？

商品点击率会对直播间流量有影响，但是一定要理解直播间的流量不是单一因素影响，可能是直播间点击率、转化率、GPM、评论数、点赞数、直播间停留等各项指标综合影响的结果。

7、短视频脚本创意一般通过什么找？

巨量创意、蝉妈妈、抖查查、飞瓜等；

8、（版千川投放代餐直播间）为什么我设置了行业兴趣+行为，预估有3-5千万，投放下单，完全没有消耗。怎么办？

1) 确认计划审核通过且正常开启。

2) 带货口碑分大于等于4分，小于4.6分及无带货口碑分达人：每日限制投放一定单量，分数越高，跑量影响越小；带货口碑分小于4分：禁止投放。

3) 可尝试提高出价并扩大人群，提高流量竞争力；

4) 看计划数是否太少；

5) 看指标数据，CTR、CVR，ECPM太低肯定消耗不掉；

6) 素材质量是否优质，这点非常重要；

7) 设置的定向覆盖人群是否太窄；

9、食品类直播间，投放的核心策略是怎么样的？DOU+有消耗，千川版投下单没消耗。如何解决？

1) 食品类直播间投放建议优化定向人群，明确食品定位及受众人群；且食品行业需要重点关注食品展示、产品介绍、及粉丝互动答疑，做好流量承接。

2) 确认计划审核通过且正常开启