

抖音直播千川投放提高ROI技巧

产品名称	抖音直播千川投放提高ROI技巧
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

1.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）

2.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），以此为的一组标准计划，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。

三、如何投放？

所谓的就是帮系统快速学习找到能成交的人群。

1.定向人群：主要有抖音达人和行为兴趣，抖音达人可以选择类目同行和竞争对手，行为兴趣可以选择类目词，品牌词等。

2.创意标签：主要有类目词、品牌词、产品词、主要是告诉系统我们需要什么人群的标签。以及抖音搜索关键词过来的人，比如创意标签有连衣裙，客户搜索连衣裙就有机会看到。

总结：千川要投放，必须要建立能帮系统快速学习找到成立的客户的计划，不以展现的角度出发，有了成交数据，系统才有参考标准。

四、千川中的价格如何设置更合理？

以产品整体的毛利为高上限，158元签收90%=142.2*毛利率。

1. 推广产品，以签收毛利为上限起跑，计划跑出5-10单之后，根据实际转化成本进行压价，跑不出的话可以采用高开低走的出价方式。
2. 推广直播间：以签收毛利为上限起跑（计划预算300），计划消耗完后，根据实际转化成本来调整第二条计划出价，以此类推测试出自己直播间起量的底价。

五、计划可以暂停吗？

可以，但是暂停了的计划不建议再次启动

1. 匹配人群：暂停后会重新启动重新匹配人群，而不是延续之前跑的，而且没有新计划的学习期，人群及其容易跑偏
2. 竞争：重启计划的时候，面对的竞争对手不一样。不好抢量