

抖音直播带货0粉起号，巨量千川怎么投放

产品名称	抖音直播带货0粉起号，巨量千川怎么投放
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

一、新号直播要不要投千川？

现在很多同学都是0粉起号做直播带货，面临的问题是：直播间没什么人，要不要投千川？其实一开始直播间没什么人是正常的，几乎所有直播间都一样，我们直播间也是0粉开播，慢慢起量。

二、冷启动如何投放千川？

如果着急直播间起量的同学可以冷启动就进行千川投放，但是要有规划、有目的去投，让钱花得更有价值，

1、冷启动期

1) 周期：1-2周左右

2) GMV区间：1-5W

2) 核心目标

冷启动期重点做好直播间基础建设，比如：直播间布景、直播的流程，主播的状态、话术、场控能力，重点打磨场和人的配合度。

3) 直播时间：

建议每天至少播一场，单场直播不低于4小时。

4) 核心关注指标

用户停留大于1分钟

直播间加粉

直播间PV

投放计划CTR>5%（看行业，有的只能做点2-4%），这个阶段可以先不考虑ROI比，核心保持有稳定的流量来源。

5) 投放配比建议

90%预算投直播间成单

5%预算投商品按钮点击

5%预算投直播间观看

2、成长期

1) 周期：3-4周左右

2) GMV区间：在5-15W

3) 核心目标

重点关注人和货，比如：主播能够熟练掌握商品的知识，清晰的介绍商品的核心优势、直播过品、转品，并建立主播人设。

主播、副播、运营之间的配合，不断优化直播脚本、流程、话术。

同时，找到有竞争力的商品，直播商品需要有引流款、福利款、常规款、利润款，一定要做好品控，做好口碑评分。

3) 直播时间

固定开播时间，培养粉丝观看直播的习惯。

直播人均观看时长>1分钟

购物车/粉丝购物车点击pv

直播间加粉

核心保持人进来直播间，能够把人留下来，跑出比较好的投放计划，ROI尽量做到1：1以上。

95%预算直播间成单

5%预算投商品点击

3、成熟期

1) 周期：5-7周左右

2) GMV区间：15-100W

重点关注粉丝运营和内容运营。比如让进入直播间的人，能够关注账号并愿意加入粉丝团，成立粉丝群，培养成直播间忠实粉丝。

账号内容运营，日常更新、直播预告、直播切片，努力做爆款视频，撬动粉丝和自然流量。

固定开播时间，固定更新内容。

直播间加粉

购物车点击pv

商品点击pv

直播停留+成单，定向投放计划，优化ROI做到1：2以上。