

巨量千川广告创意战略的建议有哪些呢?

产品名称	巨量千川广告创意战略的建议有哪些呢?
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

抖音电商的投放工具由初的Feed流，演化到往常一体化的巨量千川广告，从野蛮买量时期到往常的精细化投放时期，投放工具不时以来都是商家们炙手可热的营销利器。但不管是投放工具也好，还是投放玩法，都会随时随市不时变化，技巧层面的东西花点钱很容易跑通，怎样少走弯路，把钱烧得值才是我们应该控制的技艺。接下来二郎查小编就给大家来引见一下创意战略建议的一些建议。

创意战略建议

1、创意设置

创意类型 自定义创意+程序化创意;

抖音主页能否躲藏视频 建议自定义创意+抖音主页不躲藏，有助于撬动自然流量;

创意分类：如美妆相关则为快速消费品、普通化妆品、颐养护肤等;

2、创意类型配比

01.关于巨量鲁班类型商家：竖版视频>直播feed

在快速启动直播中止投入初期，更重爆品，直播间本身不具备吸收力，feed内容无竞争力，跑量难人群学习难。每款商品准备5-10条左右的视频创意内容，充分测试跑量效果;素材除运用巨量色班类硬广素材外，增加更原生化的创意内容。

02.关于品牌类型商家：直播feed+竖版视频

目前有案例测试出短视频要比feed跑量更稳定，不要单纯直投feed，前期会比较好，后面会慢慢拉垮，feed操控性较小。

3、创意来源

巨量千川目前跑量视频部分是从巨量鲁班直接迁移运用，所以也存在于巨量鲁班同样问题。

而在巨量千川新兴跑量素材中，素材质量、原创度较高。大都以原生一镜到底或者口播种草为主。纯展示及种草分类视频，CVR远超均值。在素材门槛上对比巨量鲁班有一定程度降低，更利于新手。

4、创意方向建议

feed直投：直播间高光推行截取

短视频 以货带货(货品卖点突出)or以人带货(适宜高客单，树立信任关系)

巨量千川作为提升直播间带货效果的一大“利器”，很多直播人曾经发现了这种投流玩法的优势，早早就开端规划准备了，新人们想要从中杀出重围，一定要认真学好巨量千川的投放重点，以此来提升自己的竞争力。

以上便是关于巨量千川广告创意战略的建议有哪些呢?的相关引见了，假设您不懂运营的话，可以点击在线咨询开户，我们可以为您提供代运营效劳。