

# 千川投放的底层逻辑是什么

产品名称	千川投放的底层逻辑是什么
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

无论是千川、DOU+还是小店随心推，付费推广的逻辑可以用一句话总结：对的广告要匹配对的人。

什么是对的人？系统通过人的浏览习惯，给TA（他）打上标签。TA的标签有很多，极端假设为AD（广告）完全匹配，那就是，但数量一定有限，所以AD投放时要扩大到相似标签，提高曝光度，提高转化率。

什么是对的广告？至少一个前提是AD的目标受众和出现用户的标签相似。但“狼多肉少”，当符合标签的TA出现时，众多AD要去抢占这个展示机会。

系统把这个机会给谁呢？取决于的因素有：

- 1、出价。出价高者永远更有优势，但并不是出价高就永为，如果创意和转化是一坨S，出价高也救不了你。
- 2、内容。因为好的内容决定了用户的点击率。好的内容包括创意和视觉呈现效果，如果是直播的画，就是场景打造、直播间氛围、主播既视感、实时话术等。尤其是在千川，还是更欢迎优质内容的投放素材，这和以往feed流的硬广素材有很大不同。
- 3、转化。说得直接一点，就是点击后产生的购买。其实前提是广告主要把自己的用户定位和用户画像搞清楚，因为标签匹配是转化的基石，然后是产品本身，以及销售话术，促销活动等。总结一下：直播间在孵化过程中重要的一个节点就是成功铸型，一方面直播间流量的人群画像与产品的目标人群十分匹配，另一方面直播间的流量曝光、粉丝互动、下单转化数据达到较为稳定的水平。特别是对一些高客单产品、细分垂类产品的直播间来说，流量贵在不在多。

5直播间投放是一个持续优化的过程

