

# 磁力金牛新账户冷怎么启动建议

产品名称	磁力金牛新账户冷怎么启动建议
公司名称	广州博辉网络技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	咨询投流代运营:联系我们 咨询开户投放:联系我们 咨询广告如何做:联系我们
公司地址	广州市天河区灵山东路东英科技园
联系电话	13686810231 13750564677

## 产品详情

磁力金牛新账户冷怎么启动建议

想要推广告投放开广告主不妨电话联或者加微洽谈合作事宜谈

添加请注明来意

李四

多年丰富的市场经验及把握各行业成功案例

磁力金牛新账户都会有一段冷启动期，今天将从预算、出价、定向、素材四个方向给大家分享磁力金牛新账户冷启动的整体建议。一、预算预算设置在出价的20-30倍+，给系统足够探索空间。关停止损点参考：一个转化都没有的时候要不要关停：当消耗/出价小于1，需要持续观察；当消耗/出价大于1-2之间，建议持续观察，给模型更多探索时间；当消耗/出价大于2，依然没转化；建议关停二、出价1.分阶段：冷启动期建议出价设置在商品价格的80%左右；2.先出高价，后依据ROI参考降价适配场景：没量提出价；提出价比例建议10%-20%；为什么提出价：提高ecpm；系统存在预估diff；低估cvr，ctr；提高出价让系统后验修正pcvr；来达到正常跑量目的；所以提出价需搭配小预算进行修正，防止系统并没有多少预估diff，高出价超成本严重，且存在高出价导致系统预估diff加大风险，陷入高出价也没量的死循环；目的是测出合理跑量成本；如果出价下调没量，证明测试失败，并没有起到修正目的；3.超成本如何降价一次降太多导致模型重新预估，计划容易死掉；可以分2-3次降成本降到预期成本；一天下调1-2次，每次降出价10%左右；建议降价空间：转化成本与出价之间的差额；比如出价10元，转化成本8.5/12.5；降价空间在1.5-2.5元可能更稳定；边花钱边降价；降价的同时适当提升一些预算

三、定向冷启动期，建议通投+低价，快速探索目标人群；部分定向限制+高价，覆盖人数参考5000千万以上（其中部分定向建议参考购物意图，使用dmp测试）；不同广告组间差异定向，避免互相抢量造成跑量困难四、素材指标分析跑量能力：素材曝光数、广告曝光量第一印象：封面CTR、3s播放率、5s播放率转化能力：素材CTR、行为率、订单CVR以上是关于磁力金牛的分享，致力于为广告主提供专业的

"品牌策划、媒体投放、效果评估" 整合营销服务。关于磁力金牛广告投放的问题可随时咨询我们~