

千川投放优化师内容?千川投流投下单?

产品名称	千川投放优化师内容?千川投流投下单?
公司名称	广州万景通信有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	番禺区巨大创意产业园三期2栋901
联系电话	18127971369

产品详情

抖音电商的投放工具由*初的Feed流，演变到现在一体化的巨量千川，从野蛮买量时代到现在的精细化投放时代，投放工具一直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，都会随时随市不断变化，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掌握的技能。下面我们一起来看看千川投放的验总结之投放优化篇。

投放优化篇

1、数据分析的基本思路，先看整体，再看局部，*后拉长周期来看。

先看整个账户的数据，然后再分别看组、计划、创意，再看计划的时候，按照消耗排序，重点看消耗大头计划，单看一天的数据没有参考意义，有波动是很正常的，需拉长周期来看，比如7天、15天、30天来进行评估。

2、广告账户遵循二八法则，少部分（20%）计划贡献大部分（80%）消耗，且每条计划都有自己的生命周期。

也就是说账户中大部分的计划都是属于“炮灰”，在测试中失败，这是正常现象，*终胜出的20%的计划，帮账户跑量，所以我们需要不断测试找到这些黄金计划。

另外，每条计划都有自己的生命周期，一般分为测试期（探索人群、成本高、消耗慢）、稳定期（人群成型、成本稳定、跑量能力强）、衰退期（人群疲软、跑量能力下降）。

3、投放和直播是一个整体，不能割裂开去分析，需结合起来看，优化分为前端和后端。

前端分直播间和短视频，直播间就是人货场的优化，短视频的优化根据点击率、转化率、3S完播率、整体完播率来优化数据较差的素材。

后端主要是千川后台优化，可以根据数据来筛选优化，如直播间需快速冲人可以筛选点击率和观看率高的计划复制新建，提高出价10%，或搭配浅层一点的转化目标；需要拉直播间的停留数据，可筛选观看时长较多的计划，复制新建；需要提高ROI数据，可筛选ROI高的计划，复制新建，降成本可降低出价10%。

总结下就是，需根据自身需求，通过已验证过的人群、计划、素材，进行组合投放。对于曝光起量快、转化效果好的计划，扩大曝光；转化效果不理想的计划，通过预算、定向等方式降低消耗速度。

4、新计划常用的策略是“低预算、高出价”，以便快速获得曝光、点击率及转化率指标，目的是让系统学习计划的人群模型，快速度过计划学习期。

5、平台提供的是“买量”服务，即购买用户的转化量，只有先得到足够的曝光量，才能保证转化漏斗的基数；只有有效控制转化成本，才能获得买量的性价比。