

## 巨量千川有哪些投放思路或技巧呢？

产品名称	巨量千川有哪些投放思路或技巧呢？
公司名称	黑龙江浩卓传媒有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	哈尔滨市香坊区三角头道街215栋2单元4层3号(住宅)
联系电话	17645101804

## 产品详情

巨量千川是整合了字节旗下带货及推广平台的一个新平台，\*大的特点就是融合了原有巨量引擎、DOU+两大投放场景，对流量进行整合，扩大流量池。同时，千川支持直播、短视频多种带货方式，并支持移动端和PC端双端投放。用户只需一个千川账号，即可进行所有电商平台店铺推广的操作。

那么巨量千川有哪些投放思路或技巧呢？

### 千川投放的三个阶段

千川投放计划可以根据账号的不同阶段、带货方式（直播或视频）、带货品类等维度建立不同的策略。但其实，无论哪个维度为核心的投放计划，都可以拆解成“投前—投中—投后”三个阶段。

#### 投前：明确账号阶段目标

在账号的不同阶段，营销诉求也不同，导致投放的关注指标也不同。所以在建立投放计划前，需要先明确账号的阶段目标及投放目的。

以直播带货为例，账号在冷启动阶段，通常粉丝体量较小，直播间人群也不稳定，因此需要提高直播间停留时长、观众互动数据加速为账号建立标签；

而到了成熟阶段，账号完成一定的粉丝沉淀，则需要精细直播间引流策略，提高直播间下单，复购率等，保障账号的生命周期价值。

比如在冷启动阶段，账号还未形成标签时，可以先以增加粉丝量为目的，在投放时选择转化目标为“粉丝提升”，当后续积累一定粉丝后，再将粉丝量和点赞评论项结合投放。

### 投中：及时调整投放计划

在本阶段，我们需要根据上一阶段设立的投放目的，并结合自身实际情况建立投放计划。

目前千川推出“小店随心推、PC极速推广、PC专业推广”三个版本。对于处在冷启动期，且没有投放经验的商家来说，可以直接使用极速版进行小额多笔投放，让系统自动出价，减少操作成本。

当然，也可以将同一视频素材采取阶梯出价的方式，多维度获得转化效果，为后续专业化投放积累更多数据。

而除在成长期或成熟期的商家，有一定的粉丝积累，就需要结合创意类型、达人定向等，建立更精细的投放计划。

以自播号「轻刻旅行」为例，可以看到该账号的直播间观众主要以25-35的女性为主，且多分布在沿海城市。同时还对特色小吃、日常vlog等视频内容感兴趣。

那么我们可以尝试使用不同的视频素材，配合人群定向搭建不同的计划进行投放。当计划有稳定的展示后，再结合目标对跑通的计划进行不断优化，实现效果\*大化。

同时，我们也总结了几个投放建议Tips：

- 1.根据直播间/主播/商品受众或潜在受众特征，圈定适配的人群标签进行定向；
- 2.人群定向投放可以与智能放量结合使用来提高跑量能力，适当提高计划预售和出价；
- 3.用户行为定向和兴趣定向是并集关系，可搭配使用。

### 投后：复盘并调整投放计划

计划的跑量效果\*终将反应在账号数据上，因此在计划跑量前后需要持续跟进转化数据，以便及时调整策略。

比如在做直播计划时，我们重点对商品的人群进行了调整投放，那么就可以通过直播间观众画像和观众弹幕互动需求，来判断引流来的观众是否精准。

比如这场直播间福袋商品中LV包和手机的比例各占一半，但从商品词中发现“手机”的占更高，说明手机能很好的调动观众的兴趣。