

巨量千川推广攻略

产品名称	巨量千川推广攻略
公司名称	合肥金芒果传媒有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	中国（安徽）自由贸易试验区合肥片区花峰路1201号跨境电商产业园三期3幢GF区4层长河经济城G5970号（注册地址）
联系电话	15056962649 15056962649

产品详情

巨量千川自全量上线后，便有许多客户来咨询千川的问题，其中不乏说千川是怎么做的，充值问题，建立计划，人群定向等，那么巨量千川推广到底怎么做的？投放过程中又有哪些要点需要注意呢？今天就统一给大家详细说说。

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”三个极端

投前:设立阶段目标，明确投放目的

投中:实时跟进计划数据及时调整投放计划

投后:持续跟进历史数据优化调整投放计划

用明确的时间节点，将投放目标拆解成可衡量的阶段目标，那么执行方向也会更加明确。一起来看看三个阶段的关注点有什么不同吧？

1、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，通过粉丝体量较小，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户建立标签，而到了成影阶段，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。

比较在冷启动阶段，账号还未形成标签时，可以先以涨粉为目的，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。

2.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。

目标千川推广“小店随心推、PC极速推广、PC推广”三个版本。对于处在冷启动期，且没有投放经营的商家来说，可以直接博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，也可以将同一视频采取阶梯出价的方式，多维度获得转化效果，为后续投放积累更多数据，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。

除此以外，我们还总结了一些可能影响计划投放效果的因素：

1、抖音号带货***低

抖音带货***在直播间购物袋、商品详情页、商品橱窗等核心位置展示，帮助用户更好进行购买决策。而巨量千川则是以抖音号的带货碑分为基础进行直播流量管控。近日，抖音重新更新了带货***规则，简而言之就是，带货***越高，千川投放限制越小。

另一方面，新版带货***将商品差评率和揽收及时率计入规则，这也就要求商家在抖音推广时需更注重提升用户的购买体验，在日常的带货直播中，商家可以多次返场用户受欢迎的产品，在保证用户体验的同时也可以促进商品订单。

2、人群定向夏盖人群少

对于追求流量的高客单商品及垂类商家来说，千川丰富的人群定向功能可以有效提高千川投放效率，但需要注意的是，投放人群定向越，能覆盖到的人群数量也就越小，投放计划的跑量准度就越高:同时的人群定向，意味着投放时的出价更贵，即投放成本增加。对此，我们可以将的目标群体，拆分成带有明显1-3个特征的不同计划，再根据不同的计划的跑量结果进行优化。

3、视频素材内容质量低

直播间流量的4大入口包括推荐页、关注页、同城页、直播页，其中推荐页作为抖音核心的模块，往往也成为直播间占比较大的公域流量来源。而随着巨量千川上线后，优质的广告也有机会进入自然流量池，让引流短视频承担着“精细引流”的重任，然而在飞瓜的用户群中，经常能看到用户反馈千川视频投放的审核变严格了，或是说自己的视频被判定营销性质过重等等，其实总结下来就是视频素材的内容质量不够高。