

巨量引擎广告计划消耗快，是什么原因？

产品名称	巨量引擎广告计划消耗快，是什么原因？
公司名称	黑龙江浩卓传媒有限公司
价格	.00/件
规格参数	广告投流:联系我们 广告开户:联系我们 开户代运营:联系我们
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

造成计划生命周期很短的主要原因:

- 1: ECPM值太低
- 2: 转化数据太少

一、ECPM值太低

$ECPM = \text{出价} * \text{预估点击率} * \text{预估转化率} * 1000$

条广告计划从开启投放的那一刻，系统通过粗排ECPM再精排ECPM，选择其中优质的广告进行排名

排名靠前的广告，则投放成功

投放成功并不意味着你这条计划就就能起量就能跑量时间长，为什么呢?

是因为这时候ECPM里面的点击率和转化率是预估的，是系统预估判断的不是真实跑出来的广告计划数据

预估和实际之间肯定有差距

在这人过程中影响因素zui大的就是广告展现的顺席，直接决定了你广告计划的第一个数据展现量“的大小

下来说说ECPM这3个因素

1: 出价

出价一般根据要求的成本设定，会有波动

同一个行业同一个项目谁能接受的成本越高，谁出价越高谁竞争力就赢了第一步提高客单价，提高后端转化率反推才能提高出价，才能和别人竞争举例10元的客单价，你出价的空间在哪里？

2: 预估点击率

系统对素材点击率进行预估，当计划实际跑出去的点击率和预估点击率·进行对比验证实际点击率高于预估点击率，赢了第二步

所以我们平时在跑计划的时候，为什么说养账户，要懂关计划

要做高点击率，就是这个原因

你账户的广告计划，点击率拉的范围太大，养账户的时候点击率2%的计划也有8%的计划也有，你还说你计划为什么一跑就死，成本还波动大

3: 预估转化率

转化率低间接导致转化数量少，又回到文章前面说的混动原理R了转化效果下降导致后续分时数据ECPM值越来越低假设第一个小时80的竞争指数

第二个小时50

第二个小时30

第四个小时，计划直接报废