

抖-音推广--抖-音广告怎么做？

产品名称	抖-音推广--抖-音广告怎么做？
公司名称	合肥乔宇文化传媒有限公司
价格	.00/件
规格参数	所在地:蔚蓝商务港C座908室 合作区域:全国 合作模式:先开户后付款
公司地址	安徽省合肥市政务区蔚蓝商务港C座908室
联系电话	18715161832 18715161832

产品详情

抖-音广告怎么做？相信很多企业看到很多自己的同行抖选择在抖-音上投广告，自己也想尝试，却苦于对于广告投放完全不懂，没关系，找我们，专业的抖-音渠道代运营，帮你搞定抖-音广告的开户投放到运营各个环节。首先，抖音广告就是每次打开抖-音广告时，抖-音广告都会显示第一刷第四位的位置。抖-音广告更原创、更抢先、互动性更强。当下抖-音广告主要是按照CPM和CPC收费，而效果类需求广告主基本都会选择CPC收费模式。（CPM收费模式意思是按照广告的千次曝光来计费，是按照广告展现收费的，CPC收费模式则是按照广告的有效点击来计费，展现不收费）

抖-音上的广告是在巨-量广告引擎后台操作投放的。抖-音广告的投放，包括账号创建、搭建计划、推广优化等都是通过这个系统完成的。我们就从这三个方面来谈谈抖-音广告是怎么投放的？

1. 创建账户

首先是帐户创建。按照正常流程即可申请账号，但需要注意的是产品不能包含医疗、敏感内容、抖-音竞品等相关内容。如果审核不通过，必须先删除相关内容或者寻找其他方法。

新帐户创建后，前三周尤为重要。

如果一个账户在前三周内没有开始放量，那么之后开始放量的概率就比较低。

因此，为了保险起见，开户时一般最好分别开立两个账户，以免其中一个账户因某种原因而长期拖延。

另一方面，要注意账户余额，时刻保证账户预算充足，因为如果系统识别到你的账户余额几乎耗尽，系统会自动减少消费。

2. 制定计划

计划是起量的核心也是最基本的板块。抖-音信息流广告的初级阶段主要都是围绕如何构建计划以及如何快速测试。

计划的核心模块包括定向、出价和落地页面。
而如何制定计划则需要根据自己的目标市场制定合适的计划。

(1)、用户导向

用户定位分为精准定位和通用定位。

精准定向就是根据目标用户的画像，对目标用户的地域、年龄、性别、兴趣爱好等进行精准分析，只向这些精准人群投放广告。

通用定向意味着不限制这些条件，通过抖-音引擎寻找更适合物料和产品的用户。

对于这两种类型的选择，大家需要根据自己的实际情况进行选择。
例如，目标群体是受众广泛、适用人群较多的产品，前期建议精准定向来缩小用户群体。

而如果你的产品受众比较少，前期可以选择通用定位实现最大化曝光，快速跑出适合你产品的账户模型，方便后期确定投放方向。

2. 出价

转化出价是信息流广告的核心，也是对广告效果影响最大的因素之一。
每个公司都会根据自己的RIO和策略来定义获客成本。

一般来说，新计划的初始出价会高于我们的预期成本，待计划通过测试期后，出价会逐渐降低至目标成本。

但有一些注意事项：

首先，除了我们自己出价抢量外还要注意成本的控制。如果出价量太大，不应该超过你设定的目标价太多，否则后面成交量就会跑起来，成本可能会比目标价高出太多。

其次，成本本身是一个动态过程，与具体计划有很大关系。由于抖-音信息流是以OCPM的形式消耗的，后端转化率越好，计划成本就越低。

3. 落地页

落地页是一个重要的转化点。抖-音视频是吸引用户的前提，而落地页是引导客户咨询订单的关键。针对不同的视频素材制作不同的落地页尤为重要。

落地页需要承接视频创意。例如，如果抖-音视频中有展现效果，那么落地页也需要描述强调这些效果；其次，落地页要加深这些记忆点和产品的吸引力，展现产品的更深层次。

3、投放优化

首先，如果你的账号里有一些基本的计划，你可以考虑复制里面的一些元素来推出新的视频，考虑开始一个新的计划，也可以有一定的规模。虽然素材有衰退期，但在抖-音上使用两周左右的素材还是没问题的。

二是更加关注节假日或重要节日的影响。
比如七夕节、中秋节、双十一促销等活动都要提前策划，多做准备。
这段时间的新品发布对于冲量有很大的好处。

抖-音信息流是一种比较新的投放方式，还有很多策略需要我们去探索，但无论选择哪种投放方式，都需要考虑自己的实际情况，根据自己的目标群体进行选择，并结合广告投放的平台规则。抖-音广告怎么做，你会了吗？乔宇网络专业抖-音渠道开户套户代运营，欢迎前来咨询，免费提供个性化投放方案策略。