

视频号医美付费推广价格是多少？单次点击费用是多少？

产品名称	视频号医美付费推广价格是多少？单次点击费用是多少？
公司名称	广州博辉网络技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	咨询投流代运营:联系我们 咨询开户投放:联系我们 咨询广告如何做:联系我们
公司地址	广州市天河区灵山东路东英科技园
联系电话	13686810231 13750564677

产品详情

号医美付费推广价格是多少？单次点击费用是多少？

想要推投放开主不妨电话联或者加微洽谈合作事宜谈添加请注明来意
多年丰富的市场经验及把握各行业成功案例

号怎么投放的？

一、创建账户

首先是账户创建，账户申请按照正常流程即可，而需要注意的是产品内不能包含、敏感内容、号竞品等相关的内容，如果不过审就要先把相关内容去掉或者另找方法。

新账号创建后，前三周尤为重要，一个账号如果前三周不起量，后面再起量的概率就比较低了。所以为起见，的时候一般是分别开设两个账户，以避免其中一个账号因为某种原因没起量而长时间拖延。

另一方面是注意账户余额，要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快消耗完了，系统就会自动减少消耗。

二、建立计划

计划是起量最核心也是最基本的模块，基本号信息流投放前期都是围绕如何搭建计划、如何快速测试进行的。一个计划的核心模块有用户定向、出价、落地页等方面。而如何建立计划则需要根据自身的目标市场去制定合适的计划。

1、用户定向

用户定向分为定向和泛定向。

定向就是根据目标用户的画像对投放的地域、年龄、性别、兴趣爱好都做出的分析，只面向这些人群做。

泛定向就是不限制这些条件，通过号引擎检索更适合素材和产品的用户。

对于这两种类型的选择，则是需要根据自身的实际情况去做选择，例如目标群体是受众比较广、适用人群多的产品，前期是选择定向去缩小用户群体，以便更快确定目标群体。

但如果你的产品是受众比较小的，前期则可以选择泛尽量扩大曝光度，快速跑出适合你产品的推广模型，便于后期确定计划方向。

2、出价

转化出价是信息流的核心，也是对效果影响的因素之一。而在每家公司里，都会基于自己的RIO、战略对于获客成本有一个定义。

一般来说，新计划初期出价要比我们的期望成本高出一些，等到这个计划跑过测试期以后再慢慢降低出价到目标成本。

但也有几个注意事项：

一是除了我们自身出价抢量也要注意成本的控制，出价量多也不能超过你设定的目标价太多，不然后面量跑起来了，也可能会面临成本高于目标价太多。

二是成本本身是个动态变化的过程，而且与具体的计划有很大关系。因为号信息流是按OCPM的方式消耗的，所以后端转化率越好，计划成本越低。

3、落地页

落地页是一个重要的转化点，号作为吸引用户的前提，那么落地页则是引导下单的关键，针对不同的号制作不同的落地页就显得格外重要。

而落地页要对做出承接，例如号频中有展现效果，那么落地页也需描述出这些效果;其次，落地页还要深化这些记忆点及产品的吸引力，展示产品更深层次的理念。最后要加上购买指引。

三、优化

首先如果你的账户里有一些起量的计划，那么可以考虑将里面的一些要素进行复制做新投放，考虑开启新计划，也能有一定的量级。虽然素材有衰退期，但在号上使用两周左右的素材还是没问题的。

其次是多关注节假日或重要节日的影响。例如七夕、中秋节或是双十一大促这类型的活动，一定要提前规划，多准备计划，在这个时间段上新，对冲量有很大的好处。

号信息流作为相对新兴的投放方式，还有很多需要我们去探索的策略，但无论选择哪种投放方式都需考虑自身的实际情况，根据自身制定的目标群体选择，再结合平台规则进行投放。