

小红书广告投放问题汇总/优化手段建议/小红书广告一级代理商开户

产品名称	小红书广告投放问题汇总/优化手段建议/小红书广告一级代理商开户
公司名称	柏众网络科技（广州）有限公司
价格	.00/件
规格参数	小红书投放:开户 代运营 充值 聚光平台:开户 代运营 充值 柏众网络:开户 代运营 充值
公司地址	广州市海珠区新港东路1000号保利世界贸易中心E座3111
联系电话	17875312163 17875312163

产品详情

经常有老客户在我们这开户了后，选择自己操作投放，在小红书聚光平台创建计划后，发现计划的消耗情况较低或者完全没有消耗。但有时候，刚开始创建计划时，效果可能非常好，但过了一段时间后，成本却飙升了，效果也变差了。如果你也遇到了这些问题，请根据以下内容来调整你的计划。这些是我们在投放三年、实战无数次后总结出的经验，运营人员请务必收藏起来，以备不时之需。

一、低消耗情况

（一）信息流计划低消耗原因

1. 计划问题：时段设置太窄，预算设置太低；

解决方法：增加投放时间段的覆盖，将预算tigao至目标出价的五倍以上。

2. 单元问题：定向设置过于狭窄，目标成本设置过低；

解决方法：放宽定向范围，可以选择智能投放或整体投放，而不仅限于高级定向；在选择地域时，不要局限于特定年龄段；同时调整出价策略，可以参考之前的笔记中的调价策略。

3. 创意问题：笔记的阅读率和转化率较低；

解决方法：尝试使用动态创意（前文提到过）；如果阅读率较低，可以调整封面和标题；如果转化率较低，则需要调整笔记内容，可以在笔记中增加一些促进互动的句子。

（二）搜索计划低消耗原因

1、关键词数量不足；

解决办法：增加更多的关键词。

2、关键词匹配方式过于狭窄（短语优先于精确匹配）；

解决办法：可以选择使用OCPX模式，不要过于精确。

3、关键词出价较低；

解决办法：使用关键词工具查询参考出价，并在此基础上tigao出价。

4、关键词与创意之间的相关性较弱；

解决办法：可以根据词类对计划进行分类投放，避免混在一起。

二、无消耗情况

1、账户问题：检查是否存在异常情况，如资质问题；

2、计划问题：确认计划是否正常开启，投放时段是否有效；

3、单元问题：检查出价设置是否正确，避免将线索出价设置为cpc出价；

4、创意问题：查看是否处于待审核或被拒绝状态。

三、计划成本飙升

1、操作问题：不恰当的计划调整可能破坏原有的模型，例如调整了出价、创意或定向；

解决办法：将出价调整到预期成本的100%-120%，恢复到之前的模型。

2、计划效果衰退：素材的效果可能随时间衰退，成本也会上涨，没有一个素材能一直保持优势；

解决办法：观察创意的阅读率和互动率趋势，如果下降说明出现问题，可以修改素材或添加新的素材。

3、定向问题：定向选项可能存在波动偏差；

解决办法：调整定向选项，缩小范围。

转化问题检查：

存在点击问题的情况需要进行检查和解决。

大盘问题：

在特殊电商节点或其他大盘liuliang挤压波动的时候，例如618前的五月底和六月初，需要控制好预算，甚至降低预算，做好提前的量准备，避免冲动行为。

计划效果变差（掉量）：

1、计划效果衰退：

当素材效果衰退导致计划出现问题时，可以采取短期修改素材，持续创作新素材，并创建新的计划来保持账户的活跃度。

2、操作问题：

是否有进行缩小定向、调整时段、频繁修改单元出价、批量删除创意等操作。在操作上，建议不要频繁修改出价或定向，每天最好不要超过2次，尽量只进行预算调整而不动其他部分，以保持模型的稳定性。

3、大盘问题：

在特殊电商节点或其他大盘liuliang挤压波动的时候，例如618前的五月底和六月初，需要控制好预算，甚至降低预算，提前做好准备，冷静观察形势。

小红书广告开户投放，欢迎咨询我们柏众网络！