

巨量引擎广告开户搭建计划全流程介绍【全网超细保姆级教学】

产品名称	巨量引擎广告开户搭建计划全流程介绍【全网超细保姆级教学】
公司名称	柏众网络科技（广州）有限公司
价格	.00/件
规格参数	巨量引擎:开户 代运营 充值 抖音广告: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

巨量引擎作为字节跳动的营销服务品牌发布以来，一直备受广告主和品牌商的关注。然而，仍然有很多人在后台留言咨询巨量引擎账户的问题。因此，我邀请了厚昌学院的柯南老师来为大家详细讲解巨量引擎的玩法。在本文中，我将分享关于巨量引擎账户后台的实操讲解，包括后台账户搭建、账户优化和常见问题。

巨量引擎具有以下特点：

优势：

1. 算法成熟，基本不需要定向；
2. ocpm系统算法效果较好；
3. 移动建站非常方便；
4. 用户量大，几大app的用户日活跃度很高；
5. 受众广泛，覆盖一、二、三、四线城市。

缺点：

1. 竞争激烈，头条是信息流广告投放的必选渠道，虽然用户量大，但也面临激烈竞争。对素材要求较高（头条、抖音、火山、西瓜视频对视频素材要求非常高，现在不投放视频就很难获得曝光量，当然也有一些好的图片素材案例）。

对于巨量引擎的投放建议：

由于巨量引擎用户日活跃量大，所以不限制行业，任何行业都可以投放。传统行业可以选择百度和头条进行投放。百度具有精准定向能力，用户精准度高；头条的算法智能，用户日活跃度高，群体广泛，适合广告投放。

建议预算在一千元以下的账户不要使用巨量引擎进行投放，因为小预算账户很难获得曝光量，难以实现转化数目标，甚至无法通过学习期。

巨量引擎账户搭建的实操步骤如下：

1. 创建广告组：广告组是一个层级关系，在其中可以创建计划。计划对应的是创意，创意就是客户能够看到的广告样式。关键词用于头条搜索，如果只投放信息流广告，则不需要使用关键词。

巨量引擎账户搭建——创建广告计划

1、选择投放目的

推广应用：App宣传

收集销售线索：通过表单、咨询、线索、加粉等方式进行收集

抖音号推广：通过直播间推广、feed流等方式进行宣传

门店推广：利用线下门店，吸引顾客到店消费

电商店铺推广：引流至淘宝、京东、拼多多等平台

头条文章推广：通过加热头条号，tigao曝光量

通常我们主要使用销售线索收集的方法。

2、选择广告类型

信息流广告：自动找到对产品有兴趣的用户展示广告。

搜索广告：需要竞价，一般使用关键词和智能出价来进行投放。

3、预算

账户预算

确定账户每天的花费，需要合理设置预算。例如，实际预算为5000，可以设置为5100，因为当接近预算时，账户会自动限流。为了让限流发生时间推迟一些，可以适当增加预算。

广告组预算

一般情况下不需要设置。

计划预算

计划预算可以设置为9999，例如如果一天的消费低于一万，就可以将计划预算设置为9999。

4、投放范围

默认

默认选择头条系产品，包括头条、抖音、西瓜、火山等。

注意：如果选择默认，则不会出现穿山甲特有的样式。虽然在创意层级还有穿山甲选项，但如果需要穿山甲独有的样式，需要在此处选择穿山甲。

穿山甲

利用穿山甲独家算法，结合优质liuliang和原生样式，高效实现广告主的营销目标。

5、投放目标

转化量

点击量

展示量

通常选择转化量作为投放目标。大多数投放内容使用落地页，较少使用小程序。如果已在后台搭建好了橙子建站，在此处直接选择页面即可。

如果是第三方页面，只需粘贴网站链接即可，但网站链接必须与开户的主域名保持一致。

注意：不建议添加附加创意，特别是表单，因为效果较差。

6、定向选择

用户可以选择新建定向包或者使用过去的定向包。

定向包可以将常用的定向设置保存为模板，方便在创建计划时重复使用相同的定向条件。

点击【保存定向包】按钮，然后填写定向包的名称和描述，点击【保存并使用】，该计划将与该定向包绑定。定向包也可以在下次使用时复用。

7、建议的出价策略

对于新账户：如果之前没有投放经验，可以参考建议的出价策略；如果有以往的投放经验，就按照以往经验来设置出价。

对于老账户：根据账户的能力来设置出价。

8、出价方式

Ocpm方式：只要有曝光就扣费，系统会尽可能地将转化成本控制在预算范围内。对于新账户，在前三天只使用Ocpm方式投放。

Cpa方式：只有发生转化才会扣费，成本不会高于设定的出价。注意：必须在ecpm排名第一才能展现广告。不作为重点优化对象，可以建立三到五个Cpa方式的投放计划。

自动出价：预算直接影响转化成本，设置一个预估成本最合适的预算；初期建议创建多个计划，每个计划设置较小的预算投放，如果成本变高可以勾选“过学习期优化成本选项”，如果仍然过高，可以选择“限制最高可接受成本”，如果Ocpm方式无法起到有效的投放量，可以开始使用自动出价方式。

不推荐使用一键起量：虽然可以快速产生曝光量，但是转化量不确定，效果可能不理想。

创建巨量引擎账户：广告创意制作指南

1、选择投放位置

优选广告位：在选择广告位时，可以优先考虑包含穿山甲liuliang的选项。同时，也可以在计划层级中选择是否包含穿山甲。

媒体指定位置：建议选择所有可选广告位，以扩大覆盖人群。

场景指定位置：系统将根据用户的使用场景智能选择与目标用户场景契合的广告素材进行投放，以获得最佳转化效果。

2、创意制作

程序化创意：一条视频可以与三个不同的标题相匹配，通过组合可以获得更多创意选择。程序化创意优先考虑。

自定义创意：一条视频对应一个标题，适用于需要爆量推广的创意组合，可以单独建立计划使用。

在信息流推广的过程中，巨量引擎账户的搭建只是第一步。除此之外，你还需要掌握以下几点：

1. 制作高点击率的创意和高转化率的着陆页：了解如何设计吸引人的广告创意和着陆页，以提高点击率和转化率。
2. 熟悉不同平台的投放策略：了解每个平台的投放策略，而不是盲目地进行广告投放，以确保广告能够达到预期效果。
3. 数据深度分析能力：具备对数据进行深入分析的能力，依靠数据推动工作并提升效果。

巨量引擎广告 | 巨量引擎开户 | 充值 | 代运营 | 效果广告投放

巨量引擎广告投放找柏众网络