

巨量引擎广告代理商服务商 | 全国投放、各行业服务经验、高效对接 | 支付ROI (引流电商) 投放建议

产品名称	巨量引擎广告代理商服务商 全国投放、各行业服务经验、高效对接 支付ROI (引流电商) 投放建议
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:开户 代运营 充值 巨量引擎代运营:开户 代运营 充值 柏众科技:开户 代运营 充值
公司地址	广州市海珠区新港东路保利世界贸易中心E座
联系电话	13044251623 13044251623

产品详情

投放建议

投前

1.确认账户已回传GMV:

a.选择1个当前投放普通下单广告的计划,在巨量广告平台筛选引流电商订单GMV字段,如果=0则没回传

b如果已回传(需商家自主确认GMV准确性),理论上技术服务商是所有计划、所有转化都回传GMV的,但为了双保险,第1次投ROI计划,限制日预算,再确认ROI计划是否产生GMV

前置储备充足的跑量创意:

a.建议优先使用普通计划跑量top素材复制至支付ROI计划中,帮助模型更快的积累数据,初期建议储备15个以上top跑量素材

投中

仅针对首周测试的客户(特别是第1次测试的客户)进行说明1.基建要求:

最好是测试账户下，每天新建的ROI计划数量占比至少超过所有CID计划的10%，每天新建的ROI计划数量不少于30个

b.如果常规基建较少，达不到上述要求，可适当降低标准:i.测试账户下，ROI在投计划数量占比至少为所有CID计划的10%，ROI在投计划数量不少于30个ii.每天新建的ROI计划数量占比至少为所有CID计划的10%测试周期:2周(深度转化产品，较难保证投放1~2天一定起量)2

3.预算与ROI目标

a.预算:首次投放，预算设置20个转化的钱，例如:之前下单出价是100，设2000;对于200+的高客单商品，可以先设置10个转化的钱

b. ROI目标:

8.先设高20%，例如:预期目标是1，设1.2，赔付后基本达标;若完全不起量，逐步下调0.1左右ROI目标，例如:从1.2下调为1.1;但是客单价高于500的客户不建议设高ROI目标，建议和普通计划实际roi计划持平，避免影响跑量

ii. 关于超成本:

1.赔付期内，可不修改目标持续投放，给模型充分探索空间

2.超过赔付期，关停明显低于预期目标的ROI计划，并新建补充计划

投后

1.review投放稳定的ROI计划，观察ROI达成率(实际ROI/ROI目标)

2.对比ROI计划和普通计划的实际ROI情况，进行出价系数调优及预算流转

引流产品组合建议

支付ROI、原生广告、CID/PA2.0互相支持，可以任意组合使用