

## 在磁力金牛投放广告怎么联系

产品名称	在磁力金牛投放广告怎么联系
公司名称	中晟盈通信息科技（北京）有限公司
价格	.00/件
规格参数	全国:快手开户 全国:磁力引擎开户 全国:磁力金牛开户
公司地址	北京市海淀区清河永泰园甲1号综合楼626房间
联系电话	18888841776 18888841776

## 产品详情

直播带货，大势所趋，很多人知道这个趋势所在，但其实并不了解具体要如何做电商营销。为什么直播带货能够火爆行业？为什么kuaishou老铁能够duzhanatou？品牌如何打造在短视频直播领域的全新营销玩法？社交电商、私域liuliang，到底如何构建？这些问题看似非常复杂，但却有简单的解决方案，kuaishou磁力引擎正式推出的电商营销平台——磁力金牛，可以给你一个圆满的答案。

### 火爆背后的行业变迁

直播带货为什么会突然火爆？是因为疫情带来的行业机会么？可以说是一半一半，疫情是一个助推剂，而更深层的原因，还是电商行业目前的liuliang困境正在倒逼行业变革。移动互联网时代以来，liuliang成本持续攀升，对于电商来说则是双重打击，获客成本不断攀升，盈利越来越困难，商品加价也越来越高，逐渐丧失了竞争力。

直播带货的基础正是因为改变了传统的liuliang成交机制，所以才开启了一个全新的直播带货玩法。以往电商的成交逻辑是一百个liuliang进来，能有三个成交转化。而直播带货哪怕只有1000人在线，都可能成交2000单出去。相比之下，直播带货的效率和成本都极有优势，自然也就成了营销洼地，能率先进入这个领域的老铁自然赚的盘满钵满，各dapinpai也开始深入其中，整个行业就这样一下被点燃了。

而磁力金牛的价值则在于快速帮商户完成了思维转变和liuliang融合。公域内容投放xifen，私域直播带货变现，原生内容和广告内容充分融合，大幅tisheng了电商营销的liuliang效率，这一点还是不仅是lingxian行业的，更是开创性的一个玩法。

## 让复杂营销变简单

磁力金牛诞生前，kuaishou商家是通过kuaishou粉条培育私域liuliang，同时用小店通来实现“zhangfen+带货”，商家需要投入更多人力，同时熟悉两套系统、两个逻辑。为了解决这个问题，kuaishou用磁力金牛实现了“平台统一”，商户可以通过统一的电商营销账hao体系，完成所有投放动作，一个账hao、一笔预算、一个投放计划，让电商营销更简单、高效、持久。

磁力金牛在这里提供了双轮驱动的支持，首先从宏观上进行营销方式切分，满足不同客户类型需求，然后再双向引擎驱动，全链路优化目标。达人分销引擎是用现有优势博主来进行产品销售，从中找到对自己品牌认可度高的用户，然后再把这批用户引导到品牌的主战场。当粉丝达到一定的数量级，其实就具备了自我传播和复制的能力，品牌在kuaishou平台上的发展速度也就越来越快了。

达人通过自己的直播间给商家带货，同时品牌商家通过磁力金牛营销平台-代投的能力，给达人直播间导流，进一步促进销售额，扩大生意规模。同时，品牌商家通过好物联盟平台找达人分销，还可以利用“好物速推”来挑选带货转化效率高的达人进行广告投放，放大高转化内容的带货效果，减少盲目损耗，tisheng电商客户的整体GMV及ROI。

品牌自播引擎则在品牌自播方面提供更多的信息维度供用户参考，让品牌可以在自己的直播中不断的优化流程、氛围和模式，和用户建立更深刻的老铁关系。双管齐下，双轮驱动，就完美的解决了品牌从萌新到成熟落地的过程。让品牌不仅能够持续实现GMV的增长，也不断沉淀属于自己的私域liuliang，最终投放越来越少，粉丝越来越多，销量也越来越高，就进入了一个良性的长效运营了。

## 品牌加速跑马圈地

直播电商2.0的核心在于从传统的“商品+公域”的人货场思维到“内容+私域”的思维的升级，中间的转变是从终结需求到创造需求，从货架到内容，从jiaoyi到关系。简单的说，就是从商到人的转变，一切都围绕人来做工作，满足人的需求，建立和人的关系。在616大促中，kuaishou上的品牌就开始大放异彩，让人们看到一个全新的机会洼地，也让人们看到了领跑者获得的时代红利。

比如zhiming的传统品牌海澜之家，2020年开始正式布局kuaishou，期间，海澜之家也曾对投放账户、主播、货品等做出部分调整，但最终对GMV和ROI的tisheng影响较弱。在和磁力金牛深度合作后，磁力金牛为其制定了优先zhangfen、积累私域liuliang的策略，为后续转化不断提供充足“粮草”。短短十天就zhangfen近八万，相较于过去数月的运营才有十万粉丝而言，可以说效率非常明显。在双方共同策划的Big Day活动中，海澜之家kuaishou账hao粉丝数增长至21万+，单日GMV达115万+。而在此之前，海澜之家的单日GMV不过3万，制定的大促目标也只有30万，结果一下就实现了超预期目标283%的佳绩，成为kuaishou首家自播GMV单日破百万的服饰品牌，更重要的是找到了自己的转型之路。

而国货美妆品牌韩熙贞的成长之路则更有代表性，做为老牌电商品牌，韩熙贞对于电商行业可以说轻车熟路，19年就投放上亿在电商平台引流，而20年又投入200万直播打榜，不过增长都不符合预期。而转机正是发生在20年底，韩熙贞决定ALL INkuaishou直播，在磁力金牛的帮助下，两个月粉丝就迅速突破百万，同时，磁力金牛还为其设计了一套非常适合品类的直播打法，在排品时进行爆品前置，将当天80%以上的爆品集中在前2个小时进行销售，短时间内冲上实时电商榜前三，从而获取更多自然liuliang倒灌，进

行爆品的延长销售或二次销售。磁力金牛帮还助韩熙贞加速投放端广告计划度过冷启动期，从而保证全场的稳定跑量。在kuaishou5月品牌自播争霸赛中，韩熙贞在两阶段GMV排名均为第一，19天累计GMV达640万，lingxian第二名280万，成为kuaishou平台化妆品品类的一支新秀。

从这些案例中我们可以看出，磁力金牛在帮助品牌转型的过程中起到的作用是非常关键的，其核心是把粉条和小店通融合为一个统一平台，结合了两者的优势。既有「粉条能触达私域，效果好」的优点，又有「小店通能触达公域，liuliang大」的优点，并且将两者底层数据打通。磁力金牛加速让品牌理解直播带货的本质，理解粉丝营销、私域liuliang的真谛，这不仅仅是一个营销投放工具，更是一个学习和体会的平台。品牌如果想要走出一条社交电商的捷径，想要快速让品牌变老铁，选择磁力金牛的支持是一条必由之路。