

千川新户跑不出起量计划，千川广告优化

产品名称	千川新户跑不出起量计划，千川广告优化
公司名称	深圳市厚拓科技有限公司
价格	.50/件
规格参数	
公司地址	深圳市福田区沙头街道天安社区滨河路与香蜜湖路交汇处天安创新科技广场(二期)东座2001、2002
联系电话	13106615156

产品详情

千川新户跑不出起量计划，首先要解决基本面问题，包括人、货、场。其次，需要解决计划维度的问题，包括预算因素、出价因素、计划数因素、定向因素、转化目标因素、类型搭配因素。接着，要解决账户维度的问题，先消耗再转化，解决人群跟热度问题。然后，解决素材维度的问题，采用闭环型测试素材，用素材推动起量。最后，解决产品维度的问题，考虑换品。

Q1：千川新户跑不出起量计划，该如何解决？

A1：千川新户跑不出起量计划，首先要解决基本面问题，包括人、货、场。其次，需要解决计划维度的问题，包括预算因素、出价因素、计划数因素、定向因素、转化目标因素、类型搭配因素。接着，要解决账户维度的问题，先消耗再转化，解决人群跟热度问题。然后，解决素材维度的问题，采用闭环型测试素材，用素材推动起量。最后，解决产品维度的问题，考虑换品。

Q2：如何减少素材挤压？

A2：要减少素材挤压，可以采取以下措施：在内容创作方面，全搬运混剪，只做人少垂类赛道，半搬运混剪，tigao原创比例；在计划搭建方面，单视频减少计划复建，一般3条，不起量素材，减少使用频次，

程序化创意，3*5搭配，同一素材，减少同一时间投放；在日常管理方面，2天清理低质素材，关注优质素材占比，7-15-30天周期性tisheng比率。

Q3：计划爆量怎么扩大？

A3：要扩大计划爆量，可以采取以下措施：计划复用，原计划扩增预算，不做其他修改，让原计划有更多拿量能力；针对爆量计划，保持每日复制+修改1-2条，推送更多liuliang池；单独复制优质创意，新建广告组，做自定义投放；素材复用，原素材每天搭建新计划，原素材与新计划搭配程序化，原素材做裂变，根据裂变素材搭建计划上新。

Q4：常见要素的搭配模式有哪些？

A4：常见要素的搭配模式包括：老直播间+新户，直播间有模型，跑量速率zuijia；新直播间+新户，首要解决的永远是用消耗拿人群；老直播间+老户，产品对口直接用，不对口建议用新户；多品投放，AB搭建素材，根据商点、点转判断产品热度，再确认主推款；多套餐投放，围绕主推价设定出价，主播围绕主推款讲款；图文跟直播同品，分开千川户投放，避免相互影响。

Q5：账户如何多对一，一对多？

A5：在新户阶段，可以采取多对一的策略，AB两户投放，搭建不同素材内容，哪个户效果好主跑哪一个，把所有预算放在主户；在老户阶段，可以采取一对多的策略，感受主户的消耗递增，一定会有天花板，增加新户，旧爆量素材授权，新素材测试。

Q6：如何规避计划之间抢量？

A6：要规避计划之间抢量，可以采取以下措施：同类型素材同一时间减少使用频率；计划之间做复制，必须作要素更改；同一计划复制，勿不修改提价投放；有主力计划集中预算在主力计划，新计划减少新建。

Q7：如tigao计划&账户稳定性？

A7：要tigao计划和账户的稳定性，可以采取以下措施：多品投放容易干扰模型，保持单品投放；计划搭建中，多使用成交、支付ROI目标；增加内容原创度，素材越优质跑量越稳定；预算集中在跑量计划，新计划减少新增；跑量计划不做负向修改，最多改智能放量、预算；给足预算，给足开播时间，能不下播就不下播；阶段性提价，就是阶段性tishengecpm；保持直播间不违规，商品售后，不因口碑分导致计划死亡。

Q8：账户的ROI如何稳定tisheng？

A8：要稳定tisheng账户的ROI，可以采取以下措施：tisheng支付ROI目标，tisheng专业版、勤快换托管计划；对计划0容忍，及时关闭无效、低效、低质计划；人货场保持极度优化，tisheng0.1到0.4个投产比问题不大；有主力计划相应减少新建，把预算集中。