

2024年已更新 巨量千川投放效果如何

产品名称	2024年已更新 巨量千川投放效果如何
公司名称	深圳市厚拓科技有限公司
价格	.00/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

众所周知，随着营销渠道和形式日渐多元，单一广告的投产比已经不再是衡量营销投入的唯一标准。这也正是商家在经营和投放过程中所面临的痛点：有时候，某个内容优质的短视频广告并非在第一时间反映为GMV，而是在品牌价值层面发挥效用，导致传统ROI呈现不稳定的情况，难以预测和估量。

一、巨量千川全域推广

在这种情况下，商家们需要更精准、更全面的指标来了解投放效果、分析原因、应对市场波动和投放不确定性，以量化预期决定下一步操作。抖音提出的整体支付ROI成为商家和投手关注的新指标，为达成整体ROI稳定、全程自动投放和撬动全局liuliang提供了可能。

巨量千川全域推广以整体支付ROI为优化目标，针对具备自然内容和经营较youxiu的商家，具备稳定整体ROI、全程自动投放和撬动全局liuliang的三大优势。根据巨量千川的数据，全域推广在直播整体支付ROI稳定的基础上，通常能够为直播间带来15%到20%的GMVtisheng，同时tisheng新客成交占比15%至20%。

二、人、货、活动和成交四大重点场景

无论电商行业如何变动，核心始终是人、货、场三要素。因此，巨量千川提出了人、货、活动和成交四大重点场景，分别围绕锚定目标客群、tisheng商品购买、精准引领拿量和探索更高收入这四个目标，给出了不同的解决方案。

在人群层面，商家可以选择巨量千川的新客转化能力，最大化tisheng新客获取效率，实现更广泛的人群触达。对于复购周期长、复购概率低的产品，通过场景适配可以有效过滤店铺老客，降低广告重复触达成本。

在货品层面，巨量千川的重点货品池为期望打造爆款的商家提供了机会。通过加入大促货品池，商家可以获得定制样式和liuliang策略，tisheng跑量能力和转化效果，加速重点货品的推广。

在场景层面，针对不同活动场景如预售、直播间和店铺，巨量千川提供了不同的优化策略。在预售场景中，通过适配电商预售玩法，给出更接近尾款期数据的预估，帮助商家合理拿量、定价，避免预售退货导致的库存积压和liuliang耗损。

在支付层面，巨量千川的投放产品以转化最深层的结算为优化目标，通过智能策略探索精准结算人群，降低大促退货率。佣金ROI方面，重点优化联盟作者，预估付费liuliang对直播间贡献的直接佣金收入，帮助客户衡量投入收益比，评估产品对利润tisheng的价值，辅助后续付费推广决策，确保整体投放预期清晰、精准量化。