

巨量千川怎么投放？千川投流知识分享

产品名称	巨量千川怎么投放？千川投流知识分享
公司名称	保定奇点文化传媒有限公司
价格	5000.00/件
规格参数	
公司地址	河北省保定市高新区云中心
联系电话	15130443768 17325231060

产品详情

巨量千川投放常见问题1：

当人群画像的时候，可以只投成单和成交么？

可以,但是也可以同时搭配浅层转化目标，比如观看、评论和商品点击等，因为浅层转化目标的出价比较低

巨量千川投放常见问题2：

如何承接直播开场极速？

首先直播数据是实时计算的，而前半小时的开场数据极为重要这决定了中后半场流量的流速。其次是开场的极速流量，大部分来自直播广场的推荐流量，用户没有经过前端视频、往期直播的教育，很容易形成流失，这是极速流量的特点。所以极速流量的承接，会相对侧重两个数据，一是户的停留为主的互动数据，互动数据做的越好的直播间，在线也会被推送的越高。二个是用户的转化率，即当极速流量进入时，我们是否能够完成相应指标的转化。

综上所述：开场可以通过福利款去获取用户停留，并通过主播的营销话术产生用户互动承接极速流。

巨量千川投放常见问题3：

纯付费直播间，ROI平稳一段时间后持续下滑该如何调整？

可以与同行业数据进行对比，通过点击转化等过程数据来分析ROI下滑原因。分析是否受到直播间主播状态、表现力以及产品流程对转化的影响还是计划的影响。先找到原因再去优化，不要盲目的不断新建计划，造成计划堆砌。

巨量千川投放常见问题4：

巨量千川投放时如何分配预算？

账户预算以及消耗情况决定账户规模，如果预算低，消耗集中不要进行分散的多计划搭建，可能会导致计划跑不出去。可以把70%的预算给到主力计划，30%预算用来测试培养潜力计划。

增加高消耗、高ROI的跑量计划的预算:测试和培养潜力计划可以复制或新建计划在不同的广告组，注意复制或新建的计划设置必须与原计划有所不同(出价、基础定向标题、定向、创意标签等任一项或多项调整即可)，一定不要完全复制原计划，会造成抢量

巨量千川投放常见问题5：

老号和新号在投流时有区别吗？

是有区别的，老号在投流时转化率相对新号优势更大，原因如下:

老号经过运营已经具备账号标签和内容标签，用户画像也相对，有了基础的数据沉淀，投流时系统推荐匹配的会更。反之，新号标签不，运营数据不稳定，系统需要多维度测试，才能逐渐通过数据反馈进行推荐。

巨量千川投放常见问题6：

用小店随心推就不需要用巨量千川PC版？

小店随心推大家可以理解成是巨量千川移动端。

小店随心推更加的便捷，你无需充值就可以创建计划;PC端则更加的，操作性更强，跑量空间也更大。所以推荐大家同时去使用小店随心推和巨量千川，去拉动你的生意增长，当你的投放金额有限时，其实投放小店随心推跟巨量千川，是不会涉及到强烈的问题，当你的投放金额较大时，推荐你主要使用巨量千川辅助使用小店随心推。

当然了，抢量与否的关键，主要取决于创意的质量和转化能力。素材同质化越低，创意内容质量越高，成交转化能力越强。就可以更好地解决抢量的问题。

巨量千川投放常见问题7：

新号冷启动，可以利用通投拉满？

谣言!这个属于人群定向的问题，通常我们建议人群定向建议适度定向，避免过宽或过窄，遵循由窄到宽的原则。

通投拉满的核心是把推送人群的机制交给系统，让系统帮你去找人，因此通投拉满特别适合比较成熟，相对比较稳定的直播间。他们有着非常的人群模型，并且素材的转化能力和直播间的承载能力都非常强。

如果是新手直播间，直播没量的时候，想要通过巨量千川来撬动流量，可以选择放量，测试转化成本之后，再选择控成本投放，用相对可控的成本来实现收益。

当直播间的主播、货品、场景都达到预期了，需要进一步拉高GMV，可以尝试逐渐放宽定向甚至通投拉满，把直播间的流量提高，看直播间承载流量转化能力的天花板到底在哪里。

巨量千川投放常见问题8：

跑量不好是因为官方卡流量？

谣言!计划跑量会基于计划出价、点击率、转化率、互动数据等影响跑量效果。

如果跑量不好的话，建议重新调整计划，可分为以下三步。

一步，扩大人群覆盖，持续加大覆盖人群；

第二步，看素材类型，针对不同素材类型出价；

第三步，看计划类型，尝试千川不同效果优化产品，比如放量投放，或者把直播间成交转化目标换成支付ROI目标。

巨量千川投放常见问题9：

定向跑不动？

定向有利于账户锁定目标人群，促进转化。

但是定向要注意圈选定向的预估流量，定向交集太多，会有跑不动的情况。

巨量千川投放常见问题10：

直播时间越长，投流效果越好？

谣言!拉长投放时间确实是一种对于直播来说一种增量的方式，但是直播的时间保证在一个稳定开播，达到一个基础的门槛之后，投流的效果和直播间的时间时长，就不是一个正相关的关系了。也就是在这个时候，我们拉长时间也并不会带来很好的效果提升。

建议直播时长8~12个小时，相对来说就比较充分了，超出这个时间其实提升也不会特别的巨大。

建议在直播间内，我们更多的注意主播直播状态，和商品具体的销售情况。假设直播的状态非常好，用户的交易很好的情况下，可以适当的延长，我们直播的时间。

如果我们对于我们产品的主要面向受众，非常的清楚。比如说他们活跃在抖音，更多的是在下午休闲的时间和晚上时间，那么我们就可以基于核心受众的一个活跃的时间，来去规划我们直播间的直播时长，这样是一个比较科学和合理的方式。

以上本期分享20个巨量千川的问答内容，同学们，转发收藏起来吧~