

# 巨量千川商品卡推广:抖音电商卖家的新工具

产品名称	巨量千川商品卡推广:抖音电商卖家的新工具
公司名称	广州点赞传媒科技有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	广州市黄埔区萝岗街道锐丰中心3栋
联系电话	15999978951 15999978951

## 产品详情

如果您是位抖音电商卖家，或者正计划要在抖音电商卖货，本文的内容不能错过！今天要说的这款巨量千川推出的新产品，可以说为抖音卖家提供了做商城营销的重磅武器，是卖家不容错过的机遇。

这两年，中国电商市场掀起的一股热潮便是上抖音卖货。不过抖音电商的形式，是在内容消费的过程中激发购买，跟传统的平台电商有所差别。所以一度以来，大家误认为在抖音卖货，就是在短视频和直播里上个购物车，以满足用户的兴趣消费、销售爆款单品为主。

然而，可以肯定地说，这并不是抖音电商的全部！显然，他们也早就瞄准了阵地战的品牌卖家，也准备服务好他们的长期运营和增长。在这个目标下，“全域兴趣电商”这个概念应运而生，相信大家应该都不陌生了。而在全域的理念下，在抖音APP里，除了原有的短视频和直播场景，抖音商城作为主要的货架场景，也已经自2022年6月底作为一级入口全量上线。

什么是巨量千川商品卡推广？

全域经营的理念，意味着抖音商家可以摆脱只利用短视频场景做爆款运营的状态，而是从用户沉淀、货架管理到业务增长进行全方位的阵地战运营，而其中货架场景的推广营销工具，是此模式下必备的武器。顺应这样的需求，“巨量千川商品卡推广”这款新武器诞生了！

商品卡，就是下图中商城橱窗里的那一个个格子。根据《2022抖音电商商品发展报告》，在目前抖音电商货架场景下，45%左右都是商品卡订单！由此可见，对于商家来说，运营好商品卡流量，是玩转货架电商的关键。说到这里，您一定会想到一个问题：既然商品卡这么重要，仅有自然的推荐流量怕是还不好运营，要有商业化的推广入口就好了！没错，这次巨量千川推出的新产品“巨量千川商品卡推广”，就补上了这重要的一环！

巨量千川商品卡推广，是首款支持投放至抖音商城的产品，帮助商家打通“人找货”消费链路中的营销场景。它可以带来更大的投放规模和更高的转化效率，助力商家生意增长。

之所以说要重视千川商品卡推广这款产品，是因为在我看来，它有几方面的重要价值。

#### 价值一：高价值流量覆盖

首先说，它可以实现对抖音电商体系中高价值流量的全覆盖。

在抖音商城货架场景中的推广，与内容消费场景有所不同，因为它直接打通了抖音体系中最核心的电商用户，并且提供了商业化的运营手段。而那些只热衷于刷短视频、看直播，对买东西没有兴趣的用户，是不会主动来到商品页面的。也就是说，这里的流量源，天然聚集了电商的高潜力用户，是抖音体系商业价值的高地。

您可别觉得，这样一来人就太少了！实际上，抖音商城在运营了半年多的时间以后，已经有1.6亿左右的日均UV。而千川商品卡推广的流量，已经覆盖了猜你喜欢、搜索结果页等最吸引用户眼球的位置，也就是说，它为商家铺设了通向抖音核心电商用户的一条通衢大道。

如果再深入分析一下这些用户，会发现抖音电商的货架场景消费人群，呈现出高质量、年轻化的特征：据平台统计，女性是消费主力军，90后/95后用户占绝对优势，高消费优质用户占比显著，可以帮助品牌带来持续的增长。

千川商品卡推广都有哪些展示位呢？下图给您列出了几种典型的场景，您可以看出，这些都是直达用户主交互流程的醒目位置，展现的方式充分原生，同时还可承接搜索场景的精准流量。

因此，对商家来说，如果能用好千川商品卡推广，进而在此基础上运营好货架电商，就可以让非冲动性的购买转化、持续的品牌运营在抖音体系中落地。不用我说您也知道，相对于原来以短视频和直播为主的卖货场景，这几乎是一块新增的市场，有巨大的蛋糕等着大家去分。

#### 价值二：超便捷打通货架

另外，与短视频推广场景相比，千川商品卡推广的图文广告形式门槛低；而巨量设计的投放流程，也凸显便捷二字。

使用千川商品卡推广，商家只需要填好标题、拉取“抖音小店商品头图”或者上传“商品方图”，就可以开始跑量了。也就是说，只要一键调用抖店商品里已经准备好的卖货素材，不用再额外生产创意，选择商品、设置出价，就可以快速开启广告投放，这可比短视频推广要方便多了吧？

对于电商商家来说，比素材更棘手的问题是选品，也就是先判断哪些商品适合投广告、投入产出比较高。在这点上，巨量千川有个很贴心的小功能：对那些潜力较强的商品，系统会标注“猜喜入池”的字样，也就是已经被选入了猜你喜欢推荐池。选择有这个标签的商品去推广，一般来说都错不了。

选品和素材制作都变得简单了，那么投放呢？我看了一下巨量千川这次的产品设计，可以说把整个投放流程简化到了极致：只要在下面的新版投放面板上做出几个选择，就可以接到上面的商品选择进行投放了。

（巨量千川平台新版本）

（巨量千川平台旧版本）

从这个流程中，你可以发现与以往的广告投放微妙的区别：对运营货架电商的卖家来说，只要把精力放在商品进销存的运营者，而推广环节的专业化操作，已经可以实现相当程度的自动化。

如果说，第一点价值是实现了对用户的全覆盖，那么以较低的创意制作和运营成本的价值，就在于实现了整个货架而非个别单品对用户的直接通路。卖家可以更方便地运营自己的整个商品体系，而不是只顶着某个爆款做销售。可以想见，抖音全域兴趣电商的概念也因此正在落地到产品层面。

价值三：难得的机遇窗口

还有一点，说起来有点功利，但不能不谈：电商卖家的起飞，一定要靠抓住新的机遇窗口，而这次千川商品卡推广渠道的开放，毫无疑问是近年来一次重要的新机遇。

这个机遇怎么讲呢？先说点真格的：平台对入局抖音商城商品卡的商家，真金白银的扶持方式就是实惠的订单免佣政策。官方的说法是这样的：“3月1日起，为助力商家降低货架场景的经营成本，扩大生意规模，抖音电商推出的商品卡订单免佣政策全面生效。自新规颁布之日起，通过非直播、非短视频页面点击商品卡成交的订单，抖音电商将向商家返还商品卡订单产生的技术服务费。”

通俗地说，商品卡佣金将会降到0.6% - 1%的低水平！对于电商卖家来说，省出来的哪怕一丁点利润，都可能让你在买量增长过程中的量级有显著扩大，这个道理，相信大家都懂的。当然，免佣政策是面向所有的商品卡订单，不过很显然，仅仅靠自然的推荐流量，卖家能获得的利润可能并不多。而通过主动使用千川商品卡推广产品，就可以加速商品卡订单的成交，促进销售额上涨，最大程度地抢占免佣政策的先机。

再回到我们文初的观点，巨量千川这次推出的千川商品卡推广这个产品，看起来只是一次普普通通的广告位拓展，但是背后释放出来的高价值用户资源、直通货架电商全商品运营、便捷的创意制作和投放流程等，确实为抖音电商卖家提供了商业推广拼图上的最后一块能力。这决定了它对抖音电商卖家，甚至整个电商市场的重要性，也让“全域兴趣电商”的概念，在产品层面完整地落地了。