

旅游景点推广策划方案，百度搜索旅游加粉引流渠道，质量和成本如何？

产品名称	旅游景点推广策划方案，百度搜索旅游加粉引流渠道，质量和成本如何？
公司名称	广州点合科技有限公司
价格	40.00/个
规格参数	
公司地址	广州市南沙区丰泽东路106号
联系电话	13660005490

产品详情

旅游行业不管你产品和服务多好，没有稳定的获客渠道，看到同行做得风生水起，自己却还在走传统的线下方式去推销自己的产品，那基本都是在做无用功。互联网飞速发展的今天，借助线上广告可以快速获客和提示品牌知名度。如果你觉得旅游客户很难找，不懂网上怎么投放广告，或者投放了没有效果，请与我们联系，沟通不会让您损失什么，只会让您更接近成功！

我司合作的旅游客户大部分是投放搜索和信息流，渠道有百度，搜狗，360，神马和今日头条，抖音短视频等，落地页主要是加粉和表单。

下面我们就针对账户投放上的具体问题具体分析，文中无实例，主要是一些调整和思路性的问题，仅供参考。更多详细推广问题，请与我们联系交流。

1，面对加粉波动应该怎么去调整？

可以根据搜索词报告去看，去对比，有些词今天匹配到但是明天就匹配不到，可能是一个影响因素。今天要检查昨天的词，尤其是高点击词，短核的高点击看匹配，不行就改成短同。每天应该要查看昨天的数据，高均价和高点击是两个重要指标项，每天都看前一天，匹配的问题就不会太大。短核词把握两点，一是价格要低一些，第二个词要是一些长尾词。核心词开短核，容易乱。所以核心词一般是短精或者短同。

2，短核跑量需要注意什么？

平均点击价格，以及适当的进行缩匹配。同上。短核词把握两点，一是价格要低一些，第二个词要是一些长尾词。核心词开短核，容易乱。

3，同一个框架户，相互会抢量吗？

选择的户要是基本二级域名开户很少的框架。相互竞争的情况会有，但是不会特别大。建议可以分账户投放。比如主户，抢精准流量，设高价。50%短精+30%短同+20%短核;流量户，20%短精+50%短同+30%短核;或者第二种思路，两个户各投一个端口，一个投pc一个投移动;第三种思路，主户投转化词，流量户投流量词。竞争的大小取决于你的策略。

4，最终的转化差距很大，哪个环节出现了问题？

抵达率，加粉率，应该是页面问题。页面能否打开以及打开速度。数据环节，如果展现没有问题，再看均价和点击率。都正常没转化，就是页面的问题。一是页面打开速度慢，二是页面内容差，三是页面没有转化组件，复制加粉、二维码这些，四是页面转化组件不明显，比如客服放在底部，数据环节，努力

降均价，网页环节，努力提升抵达率;页面环节，设置好组件。

5，在加粉的账户中，去优化的时候需要去收集分析哪些重要的数据?

账户数据包括点击均价和点击率，关键词层级要关注搜索词，如果垃圾词占比20%以下就正常，高于20%说明整体匹配不是很好。转化数据，主要是行为，包括用户的复制行为、加粉行为、打开行为，看看是否有监测系统，可以用系统监测。