



巨量千川

投放实操 白皮书

—— 把握抖音电商营销增长势能 ——

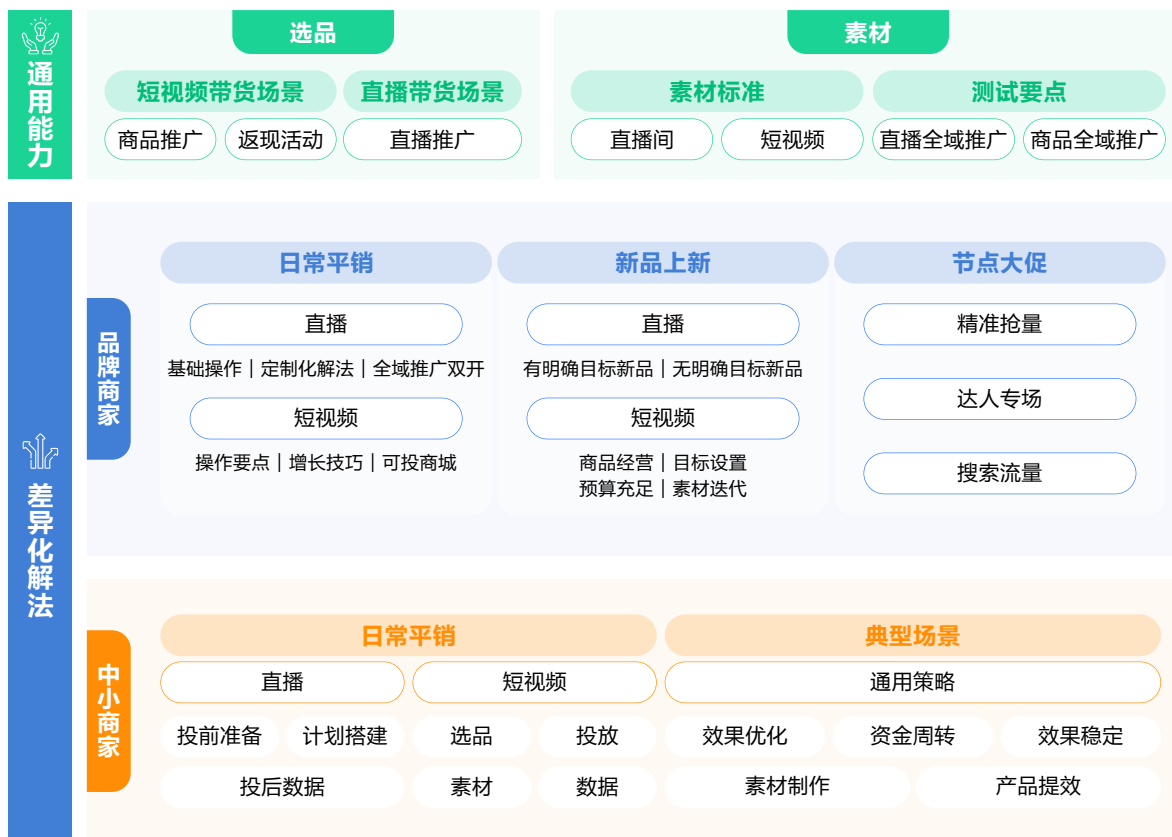
PREFACE

写在前面 >>>>

2025年，抖音兴趣电商生态持续蓬勃发展，已然成为商家长效经营的核心阵地。巨量千川作为电商广告平台，不断升级产品能力和实操解法，为商家和达人们提供抖音电商一体化营销解决方案。

本次特别发布「巨量千川投放实操白皮书」，深度拆解商家需求，为「品牌商家」与「中小商家」打造差异化增长路径，从日常平销期的流量深耕、新品上市的冷启突围，到大促节点的爆发冲刺，为商家提供解法，助力商家把握生意增长全周期，实现爆发式增长！

巨量千川投放能力及解法总览



抖音电商繁荣生长，百万商家事业滚烫



87%

抖音商城
GMV同比增长



4.5亿

抖音电商
MAC

数据来源：抖音电商，2024

巨量千川放大生意，创造更大盈利空间



更多投广商家

93%

巨量千川商家总GMV
占抖音电商GMV

+146%

巨量千川中小商家
环比增长



更多新增转化

34%

巨量千川广告触达并完成下单的
月活跃用户数同比提升



更高生意增量

15~20%

直播全域推广稳定ROI的
同时实现GMV提升

21%

商品全域推广与直播全域推广双开
GMV提升

20~30%

使用商品全域推广店铺
整体GMV提升

目录

通用能力篇

01

投好品 X 做好素材

选品：投好品，加速爆款打造	02
素材：好内容，强势推动转化	03

差异化解法篇

02

多元场景 X 针对性方法

品牌商家

日常平销：做好稳定投放，筑牢基本盘	07
新品上新：做好商品经营，用好投放产品	19
节点大场：抢滩流量爆发，冲刺GMV峰值	20

中小商家

日常平销：做好日常经营，稳定销量提升	27
典型场景：不同场景需求，差异策略解法	34



通用能力篇

投好品×做好素材

新手到行家，让每一次投放都更有效



选品

投好品，加速爆款打造



短视频带货场景



「商品全域推广」

- **支持全店商品投放**：优先选择「**店铺主推品**」，初期数据积累后跑量更快。
- **支持勾选多品一起建计划**：用「**商品全域推广**」，系统会根据多个商品的数据综合给出ROI建议。
- 选品时可勾选「**跑量优选品**」&「**搜索趋势品**」辅助选品：
 - 跑量优选品：基于算法推荐（历史数据+大盘趋势），预估转化效果更佳。
 - 搜索趋势品：近7天店铺内搜索量上涨的热门商品，易获高曝光。

返现活动

- 带「**红包补贴**」标识的商品参与千川活动，投放后可获得平台消费返现红包。



直播带货场景



「直播全域推广」

巨量千川「直播全域推广」将全面助力直播间的流量提升，可上架经营主推品，建议配置科学货品结构，最大化转化效果。

- **引流款（10%）**：高性价比或爆款话题商品，快速**吸引流量**进场。
- **动销款（30%）**：销量稳定、口碑较好的产品维持**持续成交**，提高场观转化率。
- **利润款（50%）**：品牌核心产品或高客单价商品担当**盈利主力**，在直播中重点详解以提升客单价。
- **特色款（10%）**：新品或限量款制造**新鲜感**，丰富直播内容。

素材

好内容，强势推动转化

01 优质素材激励计划：符合标准，更易轻松拿量

巨量千川推出优质素材激励计划，鼓励商家产出更多优质素材。优质素材凭借其✔优良的画风、✔充足的卖点信息、✔丰富的货品福利，为用户带来了✔更好的广告体验，也为商家带来了更好的流量效果和更多的用户购买。





短视频

如何创造优质带货短视频，实现流量与销售增长？



短视频优质标准

• 声画质量

✓ 声音清晰流畅，画面整洁美观

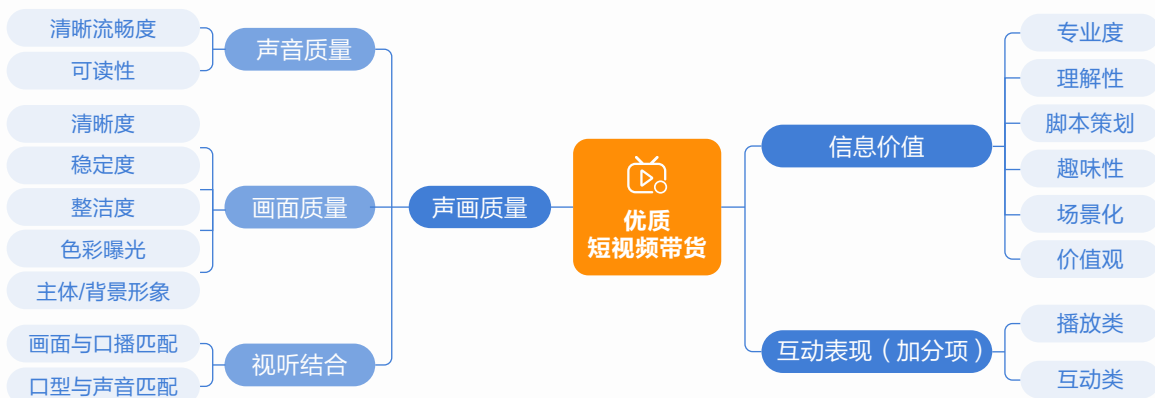
✓ 音画同步，视频制作精良

• 信息价值

✓ 商品卖点充足，信息传达高效

✓ 内容策划有趣，整体人货场匹配

✓ 价值观积极向上



02 新素材测试要点：「直播全域推广&商品全域推广」爆量Tips



「直播全域推广」



筛选

- 系统自动探索上传素材，无需全部追投。
- **追投策略**：「重点关注素材」或「额外付出成本的新素材」可启用「素材追投」调控工具。
- **组合追投**：新素材+潜力素材+同机制素材+达人素材等。

看数

- **评估素材关键指标**：上传3天后关注GMV。
- **素材优化分析查看路径**：在创意列表/数据模块→全域推广数据-素材-分析。
- **素材分析核心数据**：查看互动、转化、时序分析、人群数据。

产品

放量追投

- **特点：**快速起量（不保ROI）
- **适用：**「短时间快速刺激流速」场景
- **技巧：**小预算拉长时长效果更优

控成本追投

- **特点：**调控时间稍微拉长（稳ROI）
- **适用：**适合「新素材测试」等场景
- **技巧：**1) ROI参考平台「建议出价」略低于主计划设置
2) 预算设置 $\geq 5-10$ 个转化成本

微调

- 仅对「重点素材」或「高成本新素材」使用「素材追投」工具，避免滥用素材追投影响整体效果。
- **初期测试：**单个追投任务选3~5条素材组合测试。

汰换

- **周期：**3~5天后关注素材GMV数据。
- **低效素材汰换路径：**创意详情→一键删除。
- **保留高跑量素材：**商家仍然需要生产大量短视频素材用于跑量以获得更多GMV。

清理

- 直接删除「低效素材」标签内容，系统不会持续探索。

优化

- 素材之间相互借鉴，可通过「素材分析」按时序分秒查看**高互动素材亮点**，融合至新素材上。



「商品全域推广」



「商品全域推广」：更强素材探索能力，更高起量率。

- ✓ **效果提升：**商家自主上传素材起量率相比标准推广提升7% NEW
- ✓ **能力升级：**系统底层能力升级，保证每个素材充分探索流量，释放素材最大潜力
- ✓ **专属扶持：**未来将结合素材新颖性、探索有效性，给予新素材额外资源扶持

💡 **小技巧：**搭配「素材追投」效果更佳

对部分素材希望快速激活拿量，可以使用「**素材追投**」，针对指定素材额外追加预算，并设定投放时长，系统**额外探索流量**，单位预算追投时长越长，探索越充分。

举个例子：预计投放ROI $A < B < C$

A	使用素材追投设置 600元 设置 6小时	B	使用素材追投设置 600元 设置 12小时	C	使用素材追投设置 500元 设置 12小时
----------	---------------------------------------	----------	--	----------	--

素材追投ROI比较



差异化解法篇

多元场景×针对性方法

直播到短视频，精准投放策略助力全场景爆发



品牌商家

日常平销

做好稳定投放，筑牢基本盘

01 直播：怎么做好直播投放？

用「直播全域推广」掌握三大基础操作要点，轻松提升流量转化

STEP1 投前须知

• 前3天为测试期，需对产品有足够信任和耐心：

测试期是系统模型冷启动、积累数据调优的过程，可能会出现效果波动（包括ROI和跑量）；模型和投放效果在度过测试期后将趋于稳定，并持续探索更多增量。

• 测试期务必完成有效测试：

- ① 采纳系统建议ROI目标
- ② 持续投放3天以上，且投放时长超过当日直播时长50%
- ③ 每天消耗金额大于200元

STEP2 计划搭建

• ROI目标设置：

建议采纳系统建议目标，ROI目标设置越低，拿量能力越强，反之越弱；如果系统未给到建议ROI目标，可以根据经验自行测算；建议将目标值设定比系统建议/历史值略低10%，以便快速起量。


预算设置：

- 预算设置为全天预算，切勿表达小额预算再频繁上调，会导致预算频繁撞线或被控制跑量速度，从而跑量受限，最终有损流量和订单量。

智能优惠券：

- 全程开启智能优惠券，大幅提升跑量能力。

创意设置：

- 「智能优选视频」与「自选投放视频」都勾选  系统充分探索，最大化提高跑量。

STEP3 投后数据查看

✓ 正确评估效果

- **投放初期：**至少连续投放3天，每日消耗 ≥ 200 元，加速数据积累与模型学习，提升效果稳定性。
- **对比维度：**全域推广前后，若整体支付ROI持平，观察直播整体支付GMV是否提升（需考虑流量/竞争环境差异）。

评估途径一：

- 1) 直播整体支付GMV→抖店罗盘观测；
- 2) 直播整体支付ROI→抖店罗盘GMV \div 千川总直播消耗，手动计算得出。

评估途径二：

巨量千川后台「数据」→「全域推广数据」→「投后复盘」，对比全域推广与非全域推广时段的GMV及ROI变化。

• 效果影响因素：

因素1：（广告层面）投放竞争力（调整出价、定向等）。

因素2：（自然流量层面）直播内容竞争力（优化话术、场景等）。

具体问题可通过「效果诊断」定位。

✓ 正确评估结算率

- **对比指标：**直播间整体退款率（退款率数据→抖店罗盘查看）。
- **对比方式：**「标准推广」期间直播间整体退款率 VS 切换「全域推广」后直播间整体退款率。

拆解直播多元场景，定制化解法轻松破局

典型场景

日常高效操作



场景1 如何在直播中24小时流量不断档，让全天跑量翻倍？

• 调价调多少合适？

下调ROI目标时，优先参考后台「拿量建议」的数值范围。若调整幅度在建议范围内，可直接调整；若超出最大档位，需逐步调整，**避免一次调整的幅度超过了拿量建议下调的最大档位。**

• 什么时候调价最靠谱？

每次改ROI目标前，先检查系统有没有给出「拿量建议」，若有则按建议操作；若无建议，说明调整效果可能有限，需谨慎。

• 调价别太勤！

避免频繁调整ROI目标，非必要不调。如需调整，两次间隔至少1小时（以免影响当日的成本保障）。

典型场景

爆发式抢量



场景2 王牌主播拉动场观如何爆发式抢量？

• 一键起量！

小预算测试，ROI达标后再多次使用/逐步加预算。

• 素材追投的技巧！

带有主播（如达人/明星）/主推品的优质素材。

• 放量追投：小预算拉长时长，效果更优。

• 控成本追投：

1) ROI参考平台「建议出价」。

2) 预算设置不可过低，可参考5-10个订单转化成本。



场景3 直播间承接力强，碰上明星主播和爆款商品，怎样实现GMV爆发式增长？

• 怎么操作？

打开「一键起量」和「视频追投」，快速给直播间冲一波单流量。

• 怎样快速拉流量？

用「一键起量-直播间人气」，直播间人气目标下，人气提升快但是转化比较难保证，适合明星/达人进场强拉流量。

• 怎样让流量更精准？

增加直播间画面追投，加投直播间画面（按建议ROI出价），可选增加「视频追投」。

典型场景

疑难问题急救



场景4 刚开播没人气，冷启动慢怎么办？

• 用「一键起量」小预算搭配更长投放时长的效果更优，需在起量节点前10分钟设置任务。

• 若需提升直播间在线人数，选择「一键起量-直播间人气」功能。



场景5 直播间疲软掉量，如何快速找回爆款状态？

• 需优先查看效果诊断

情况1 · 当竞争力正常：持续观察

情况2 · 当竞争力下降

• **内容竞争力**↓：表示人货场竞争不过别人

建议：关注直播间的互动数据指标佐证此情况，针对性调整主播状态/货品结构/引导话术，优化互动。

• **投放竞争力**↓：表示投放可以调整优化

建议1：下调ROI目标至平台建议。

建议2：上传+追投潜力/优质素材。

建议3：使用一键起量，短期快速拉回流量。

情况3 · 暂无效果诊断建议：大幅/持续掉量时联系销售处理



场景6 直播间爆量、主播状态掉线、商品库存告急… 该怎么紧急控制进量？

• 优先提升全域计划ROI，减缓账户流速。

• 若有爆量时选择性用一键控量，按实际预算需求设置时长。

• **直播间减量操作推荐优先级：**

提升ROI > 一键控量 > 卡预算或暂停计划（避免卡预算/暂停计划，易导致模型冷启动，影响效果）。



场景7 投放过程中ROI不达标怎么办？

情况1 · ROI设置过高（目标>平台建议或历史整体支付ROI）

及时下调目标，参考「拿量建议」档位，调整间隔>1小时。

情况2 · ROI设置合理（目标≤平台建议）

短期不达标：全域推广投放期间，每一天都有成本保障政策为您保驾护航（当修改间隔≥1h、订单≥10、实际ROI<目标80%时，平台将自动赔付）。

全天不达标：联系销售排查。

（注：「一键起量」和「素材追投-放量追投」不享受成本保障）

跨场域经营，直播后「全域推广双开」，带动全场域GMV增长

跨场域经营必看！直播后「全域推广双开」的三大核心优势



破圈引流更容易

新客占比较低的直播品
在投放短视频后
新客占比+65%



商品成长加速

直播+短视频双投品对比纯直播品
新品成长为爆品的比例+125%
长周期爆品的比例+19%



跑量与生命周期双提升

直播+短视频双投品对比纯直播品，GMV提升21%
双投商品消耗天数提升+11%
实现「日不落」流量覆盖

「全域推广双开」投放技巧，轻松突破流量瓶颈

技巧1 直播时双开拓量

- 推直播场景下全面使用「直播全域推广」，在内容场深度挖掘品星种草人群。
- 联动「商品全域推广」，实现内容+货架场双场爆发。

技巧2 直播后延续增长

- 直播后利用大场直播切片投放「商品全域推广」，大场生意延续，实现「24小时日不落」成交。

「全域推广双开」案例鉴赏

海尔 X 「全域推广双开」

全店商品&直播间双场销量爆发

大促策略

- 推直播都用「直播全域推广」：借助「直播全域推广」抓稳直播间流量，并以丰富的年货节送礼素材+素材追投快速测新素材，放大爆款素材的跑量能力。
- 推商品都用「商品全域推广」：加码「商品全域推广」突破货架场销量，并借助素材分析优化推商品的视频/图片/标题素材，加速爆品破圈。
- 踩准大促节奏做大场：根据巨量千川年货节流量扶持搭配节点大场，打造日不落直播间。

亮点数据



年货节总GMV同比增长



整体ROI环比提升



整体GPM同比提升

高梵 X 「全域推广双开」

引爆内容+货架双场增量

大促策略

- 「商品全域推广」精准触达：使用「商品全域推广」放大货架场流量，同时通过精准触达「猜你喜欢」和搜索结果页等核心流量位，提升商城阵地转化效率。
- 「全域推广双开」拓量：全面使用「直播全域推广」，在内容场深度挖掘品星种草人群；并联动「商品全域推广」实现内容+货架场双场爆发。

亮点数据



年货节整体ROI提升



环比12月商品卡成交占比提升



推直播和推商品整体退货率减少

CLINSIS X 「全域推广双开」

用优质素材快速打爆商品

大促策略

- 达人矩阵号通铺「商品全域推广」：主推品单独建计划，投放达人直播高光切片提高转化。
- 「全域推广双开」：短视频主力测素材，ROI2保本即放量；优质素材进行「直播全域推广」追投，配合平台会场玩法全域爆发。

亮点数据



双11单品GMV膨胀



双11当日单品GMV

02 短视频：怎么做好短视频投放？

掌握四大基础操作要点，助力新手“秒上手”

STEP1 做好商品选择

• 新手投放商品怎么选？

店铺所有商品均可投放，初期先选择「店铺主推品」，有一定数据积累，更容易快速起量。

• 批量投放更省事！

「商品全域推广」支持勾选多品一起建计划，系统会根据多个商品的数据综合给出ROI建议。

• 选品不知道咋挑？试试这两个“开挂”选项：

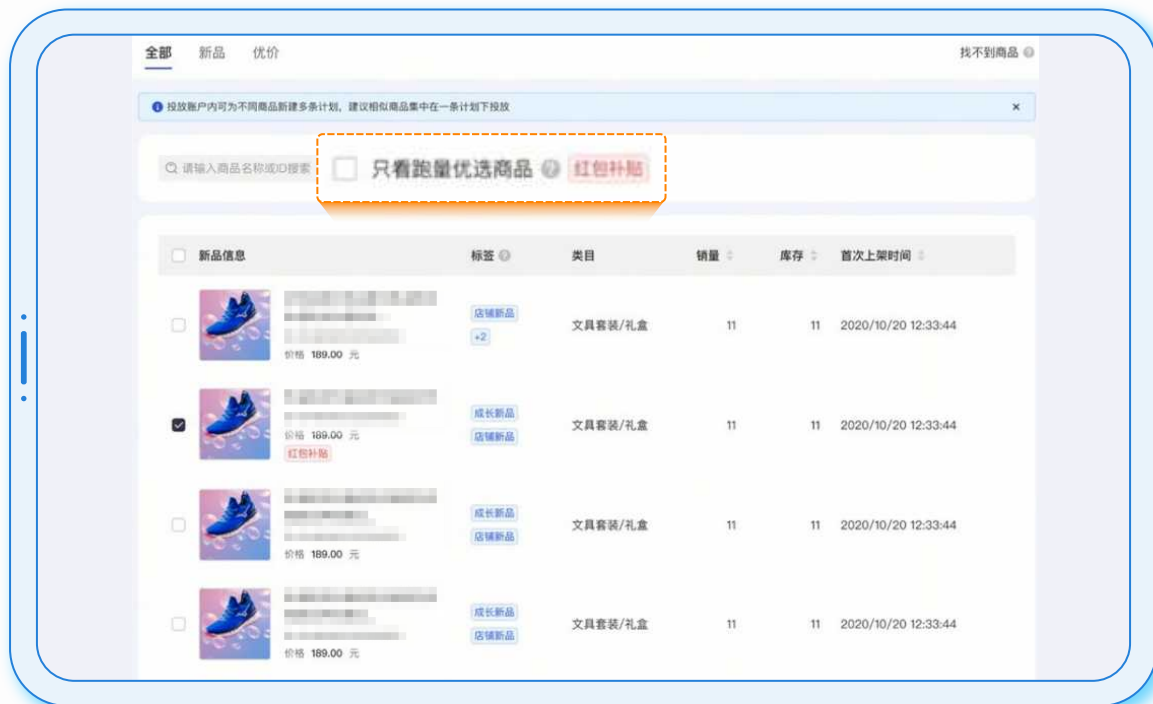
选品时可以勾选「跑量优选品」&「搜索趋势品」辅助选品

✓ 跑量优选品：算法结合商家历史投放数据和大盘趋势筛选的预估跑量能力较好的商品。

✓ 搜索趋势品：近7日受到用户更多关注和喜爱，店铺内关键词搜索量上涨的商品，提升商品的曝光和销量。

• 平台补贴攻略！

带「红包补贴」标识的商品可参与巨量千川活动，投放此类商品有机会获得平台消返红包。



STEP2 搭建投放计划

• ROI目标怎么设定？

合理的出价是跑量的关键，建议优先参考系统出价，如果有额外的出价需求，也可以自主设置。

*划重点：「全域推广」不区分自然和付费流量，支付ROI = 整体支付GMV（不区分自然付费）÷ 消耗

• 预算设置给多少？

建议计划预算不限，计划确保全天在线。

• 智能优惠券是否启用？

建议启用智能优惠券。

• 抖音号怎么选才能拿商城流量？

抖音号带标签「可投商城」则可以投放商城流量。

目标设置

投放设置

全球ROI稳定 成本更可控

整体支付ROI目标

请输入目标

请输入ROI2目标

建议目标小于1.77

日预算

请输入金额

元

保障福利

按展示付费(CPM)，根据保障规则提供保障福利，请谨慎修改整体支付ROI目标，以免失去保障资格

投放时间

从今天起长期投放

设置开始和结束日期

智能优惠券

启用

不启用

抖音号选择

商品全域推广

内容货架双量成交最优

智能投放ROI全程保障

优享智能优惠券增量

了解全域推广

选择抖音号

自选

可投商城

选择要推广的商品

+ 继续添加商品

已选

可投商城

STEP3 选择优质素材

短视频、图文和商品图片主要投放场景都有哪些？

视频、图文素材：主要投放抖音内容场（即短视频信息流）和搜索场景。

商品图片素材：主要投抖音商城（商城首页猜喜、商品详情页、订单详情页等）。

素材创建方式

方式1：智能优选素材

（简称「智选」，必选）

智能优选默认开启，由系统优选抖音主页挂车视频、图文、商品卡。

不想投某个视频？

如果部分视频素材不想投，可以点击手动排除。

投了之后想排除「智选」素材？

当计划创建完成，投放过程中想排除「智选」素材时，可进入计划管理页面进行「排除」，也可重新编辑计划进行「排除」。

方式2：自选投放素材，如本地上传等

（简称「自选」）

当抖音主页无挂车视频，或有更多素材想投放，可以自选上传素材，多个商品依次选择，并添加对应的商品素材。

素材从哪找？

手动上传素材来源有本地上传、抖音主页视频等。

和「智选」冲突咋办？

对于抖音主页视频 NEW，如果您在「智选」中已排除某主页视频，该视频会在「自选」中置灰不可选，如果您想重新选择，需要去「智选」处取消排除。

可以自行手动添加创意标题。

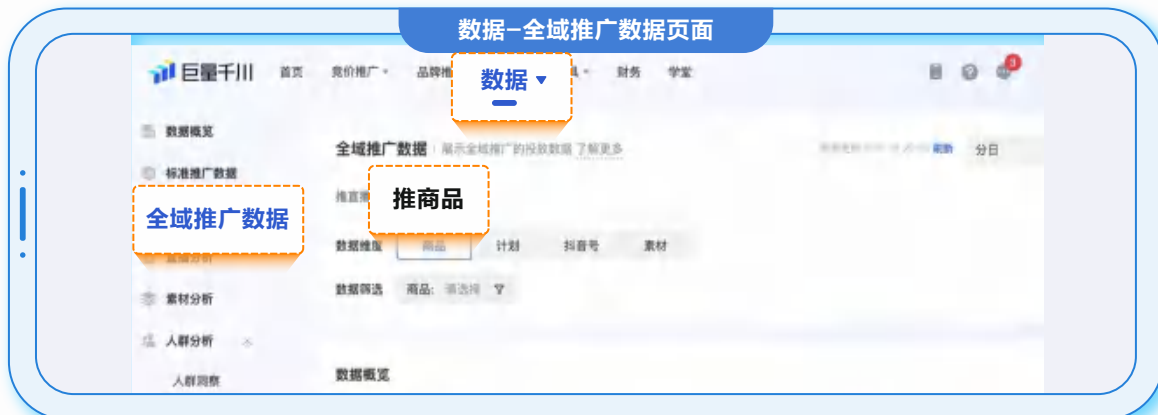
— 14 —

STEP4 投后数据查看

• 想查投后数据？三条路径手把手教你！

路径一：全域推广数据页面

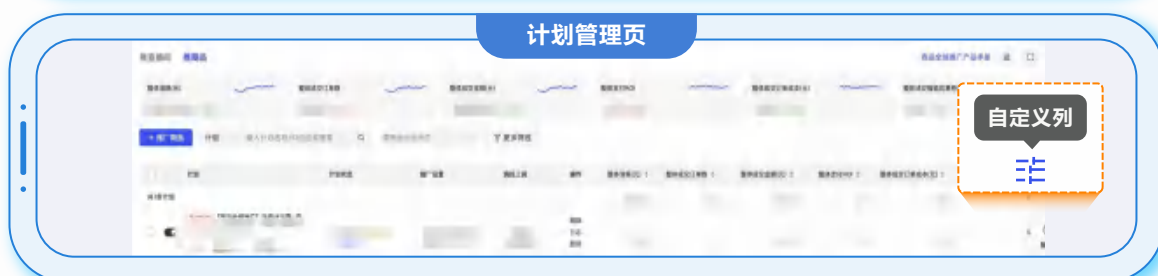
进入「数据 - 全域推广数据」页面，可查看计划整体数据、分商品数据、分创意数据、分抖音号数据、分素材数据。



路径二：计划管理页

可手动搜索想看的计划/计划名/状态等。

点击计划进入计划详情，可查看计划整体数据、分商品数据、分创意数据、详情及日志。



路径三：素材深度诊断

打开「数据 - 素材分析」，点击任意素材的「洞察分析」可查看互动数据、人群分析。



• 投后如何进行效果评估？

「商品全域推广」产品的预期效果

「商品全域推广」整体支付ROI稳定达成的基础上，整体GMV（不区分付费和自然）会提升20~30%。

（*数据源自内测商家的平均水平，不同商家存在个体差异，以实际测试情况为准）

「商品全域推广」效果评估方式

在整体支付ROI持平的情况下，可以对比同商品同抖音号使用「全域推广」之前和之后，整体支付GMV有无提升。

*划重点：「全域推广」打破传统界限，系统自动智能调控，无需区分自然与付费，商家只需聚焦商品整体支付ROI目标，紧盯总GMV增长，简化操作更高效！

拆解短视频多元场景，解锁各场景增长技巧



场景1 想要快速破局冲量过冷启？

- 优先投放「店铺主推品」！这些爆款自带流量基因，能帮你快速度过冷启动期。
- 优先参考系统的建议出价，前期建议全域ROI可尝试降低5%–10%设置，先以快速起量为目标：

✓ 一直没起量？

再降ROI目标，但每次调整幅度建议不要超过20%（比如当前出价4，最低别低于3.2）。

✓ 跑量快但ROI低？

可适当提升「商品全域推广」ROI目标，每次调整幅度不要超过5%，即当天ROI为4，调高不要高于4.2。

⚠ 尽量避免对计划频繁地调整，如需调整，时间间隔大于1小时（以免影响当日的成本保障）

*划重点：建议默认使用智能优惠券、默认长期投放、日预算充足。



场景2 想要轻松实现放量破局？

- 建议用「商品全域推广」批量投放更多商品，快速拉高跑量和消耗。

- 素材总拖后腿？这样优化才能持续爆量！

- 定期淘汰低效素材/同质化素材，及时根据跑量素材的特征，补充优质新素材。

低效素材是什么：系统评估视频素材已充分探索但跑量效果极低，且预估未来不起量，则该素材定义为低效素材。目前低效素材仅针对视频素材进行识别。

同质化素材是什么：长得基本一样的素材。

- ROI卡太死导致没流量？学会“松绑”才能放量！

- 可以下调ROI目标做放量，每次调整幅度建议不要超过20%，即当前出价为4，调低不要低于3.2。

- 跨场域经营才能抢占流量高地！

- **纯经营商品卡的商家：**除了投放货架场（商城/搜索）外，建议可以同步制作视频获取更多内容场流量。

- **纯投内容场的商家：**建议使用「可投商城」抖音号投放获取商城增量。

- 长期来看，关注经营本身，做好商品、好内容、好服务，额外撬动的增量空间更大。

- 临时想加预算冲量？用「计划一键起量」和「素材追投」

- **「一键起量」：**将「商品全域推广」中指定计划额外付出预算追加投放，系统将在指定时长及预算内，额外探索流量。

- **「素材追投」：**对指定素材额外付出预算追加投放，系统将在指定时长及预算内，额外探索流量。

*划重点：「一键起量」和「素材追投-放量追投」功能不支持成本保障。



场景3 投放过程中ROI不理想怎么办？

情况1 · ROI设置过高（目标>平台建议或历史整体支付ROI）

- 及时下调目标，参考「拿量建议」档位，调整间隔>1小时。

情况2 · ROI设置合理（目标≤平台建议）

- **短期不达标**：「全域推广」投放期间，每一天都有成本保障政策为您保驾护航（当修改间隔≥1h、订单≥10、实际ROI<目标80%时，平台将自动赔付）。
- **全天不达标**：联系销售排查。

*划重点：「一键起量」和「素材追投-放量追投」不享受成本保障

跨场域经营，增加「可投商城」抖音号投放获取商城增量

01 划重点

- 想实现单个计划既能投放到内容场、又能投放到商城，需要在创编时选择「可投商城」抖音号。（创建计划时会带有标签提示）。

02 商城投放条件

- 若店铺已绑定「可投商城」抖音号，创建计划时**必须选择**该抖音号才能投放到商城。
- 若未绑定，店铺**首个巨量千川直投账户**可投商城。

03 什么样的素材才能投放到商城？

巨量千川支持短视频、图文和商品图片三类素材：

- **视频/图文**：主要会被投放至抖音内容场（短视频信息流）及搜索场景。
- **商品图片**：主要会被投放至商城（首页首页猜喜、商品详情页、订单详情页等）。

04 哪种抖音号可以投放商品图片素材？

选择的抖音号不同，能够投放的素材有区别：

- 当您的店铺没有「可投商城」的抖音号时，该店铺名下首个千川直投账户可创建不关联抖音号的「商品全域推广」计划，可获取商城流量。
- 当您的店铺有「可投商城」的抖音号时，此前创建的未关联抖音号的「商品全域推广」计划将会被终止，如继续投放，可使用该人店一体抖音号重新创建。

品牌商家

新品上新

做好商品经营，用好投放产品

01 直播

场景 如果无明确目标新品

• 操作

- 1 将多个新品上到直播间，第1天无需刻意增加新品的讲解时间和投放预算，正常播正常投放，用户主动成交为主。
- 2 复盘首日新品数据，选出成交Top1-2的品作为目标新品，储备更多新品素材。
- 3 后续2-3天直播中，增加目标新品的讲解时间，增补目标新品素材，适当对新品素材进行「素材追投」，期间ROI达成可能有下降。
- 4 3-5天新品成交量稳定后，逐步回归常规投放，ROI达成也会逐步恢复。

场景 如果有明确目标新品

• 操作

直接按照上述3和4操作。

02 短视频

核心策略

• 做好商品经营：

打标优价、猜喜入池，提升流量获取能力

• 合理设置目标：

初期先低于目标出价，投放稳定后逐步提升

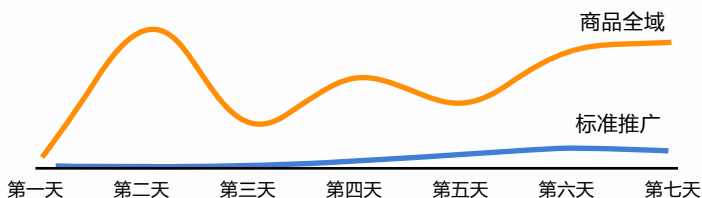
• 预算充足：

计划预算充足，避免撞线影响跑量

• 素材及时迭代：

使用演讲场景、情景展示等多种素材形式

商品全域推广 VS 标准推广 商品起投第一周订单趋势



• 做好商品经营：优价、猜喜入池

提升商品在内容场、货架场的流量获取能力。

• 先低ROI目标，跑量稳定后再逐步提高

依据商品考核ROI目标，投放初期先略低于目标出价，投放稳定后逐步提升，单日调整不超过1次。

• 多种素材类型、定期迭代

使用了演讲场景、情景展示、商品混剪等多种素材形式。

品牌商家

节点大场

抢滩流量爆发，冲刺GMV峰值

01 大促竞争激烈，如何精准抢量？

1 明确底线ROI：

开播即按大促目标设置真实底线ROI。

2 冲量优先策略：

若大场GMV目标高，初期可下调ROI以快速抢量，可以先参考拿量建议预估当日目标是否合理。

预估GMV提升幅度 = 当前日均GMV × ROI下调幅度 × 爆发系数

3 全域工具使用：

不管是「直播全域推广」还是「商品全域推广」，都可在大促期间用「计划一键起量」和「素材追投」，快速拉高流量。

4 巨量千川智投星：

AI 智能投流，大促省心躺赢

✓ **一键增投「商品全域推广」**：AI推荐直播投放场景潜力商品一键创建「商品全域推广」，全场景推广拿量。

✓ **「全域推广」抖音号AI一键授权**：素材审核AI提效，拒审素材一键修复，一键清理低效计划和素材，AI计划诊断及智能调优，全域推广成本保障复杂规则AI一键解读秒懂。

✓ **AI大促助战：**

- 智投星AI大促日报，一键订阅定时推送大促投放分析及同行大盘对比，大促活动及参与进度。
- 商品全域场景智投星支持大促AI选品洞察智能推荐潜力跑量品，助力GMV提升。

5 增加素材供给：

直播间增加短视频引流直播间素材，生意提升更多，GMV+10%~20%；素材制作要点可参考「素材篇」。

（*数据源自商家的效果中位数和均值，不同商家存在个体差异，以实际测试情况为准）

6 跨场域经营投放：

直播时「全域推广双开」拓量，直播后延续增长。

02 明星达人专场怎么投？



达人进场前

直播间节奏



准备工作

标记大场

- 提前一天在系统标记「大场直播规划」，输入“大场日”及“黄金爆发时间”。

设置明日直播规划，请在今日24点前设置明日 2025-03-07 的直播时段

如何设置明日直播规划

1. 选择明日计划直播的时间段，设置准确对投放效果更有帮助
2. 如有明星/达人进场、新品发布等大场日，可提前一天标记“大场日”及“黄金爆发时间”，标记后系统将提前调配资源，提高广告竞争力，助力大场核心时段爆发 [更多建议](#)

明日直播时段 -

00:00 - 12:00 12:00 - 24:00

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23

已选择时间段 清空

标记明日（2025-03-07）为大场日

一个自然周最多标记3次大场日，目前剩余3次。注意：非大场日请勿填写。否则系统将对直播间有错误的过高预期，反而影响投放效果 [更多建议](#)

黄金爆发时间（可选）

在达人进场、明星空降等关键时刻，可标记黄金爆发时间，加强爆发。注意：1个大场日内最多2个黄金爆发时间

开始爆发时间1：请选择时间

开始爆发时间2：请选择时间

素材

素材预审

- 储备预热视频，确保素材提前过审。
- 如果有只能当天上传的视频，提前上传素材并把计划状态打开。

ROI目标设置

阶梯调ROI

- 正常设置ROI目标，预留时间下调目标。
- 若调整幅度 > 20%，需分多次调整（如目标10→6，幅度是40%，提前2小时分2次下调）。

操控

分阶段追投

- 明星进场前每小时小幅度追投明星素材。
- 快要进场时提前翻倍加大明星素材追投力度。



达人进场时

直播间节奏



ROI目标设置

设置底线值ROI

- 提前10分钟调整至当天底线ROI。

操控

分阶段追投

- **提前10分钟**：设置「起量」和「追投」任务。若有场观诉求（选择「一键起量→人气」）预算根据看播成本及场观目标设定。
- **直播间画面追投**：进行设置。
- **明星出场期间**：灵活使用「追投」和「起量」工具。

素材

素材追投

- 上线明星达人进场相关素材并追投。



达人下场后

直播间节奏



ROI目标设置

设置/回调ROI

- 根据需要设置ROI目标。
- 如果要回调到正常ROI目标，每小时调整幅度不超过20%。

操控

保留/暂停追投

- 追投、起量的动作视情况保留或者暂停。

素材

素材清理

- 手动删除明星达人素材。



主动提升在线人数或者在线人数被动下降

直播间节奏



操控

观测追投

- 提前5-10分钟新建起量/追投任务。
- 对场观要求比较大时，将预算分散在起量和追投上。

03 大促期间如何抢占搜索流量？



巨量千川搜索广告作为“抖音全域流量收口”，三大核心价值助力品牌商家



从流量承接、流量拦截到种搜一体、撬动自然流量协同，实现流量的最大化利用；商家通过搜索广告可以确定性的抢占品牌/品类的关键词，直接触达获取搜索渠道的高价值人群，轻松抢占市场心智，同时能够撬动自然流量的提升！

以搜索需求为导向，打造用户高喜爱商品

① 找热点，通过内容种草，获取更多曝光

通过「抖店-抖音热点」紧盯热点内容，通过发布热点相关种草短视频，获取更多曝光流量。可参考内容&标题&热点公式：**热点 + 商品 + 场景**。

例：热点“冰雪大世界”→“冰雪大世界同款散热技术”。



关键词精细化运营，看后搜激发用户搜索兴趣

① 拓蓝海词、兼顾黑马词

在搜索广告选词上，可通过「自定义」推广方式完成关键词包添加，可覆盖蓝海词，同时兼顾黑马词和高点击词，让更多用户看到商品。

② 看后搜优化

可在视频标题设置 #话题#，增强话题性与可搜索性，吸引用户注意并激发搜索行为。

还可通过评论区吸顶词和评论区实体词，明星代言&达人种草等视频带动小蓝词+在视频底bar，设置相关搜索词激发用户搜索兴趣。

搜索广告抢首屏，抢占优势位置

1 抢首屏工具的优势

- **抢位置**（搜的时候看到我）：商家广告曝光位置在搜索结果页中往前提，获取最强用户心智。
- **抢份额**（看了主播讲解/商品详情进行转化成交）：助力提升商家品类SOV&心智SOV，随着首屏曝光/GMV占比提升，带动行业排名提升。
- **提市占，获益长期价值**（搜索SOV的提升也有助于整体GMV提升）：搜索首屏的曝光/成交用户对品牌的心智更强，对品牌词回搜以及长效GMV有增效价值。

2 六大应用场景的使用情况

场景1

行业拦截深耕

insight：搜索竞价流量，包含抖音平台的**品类词/种草词**等用户搜索需求；当用户搜索某一个品类词时，抢占首屏曝光，即可拦截消费者对品类需求的心智和成交。



场景2

强化礼遇心智

insight：节点上，用户搜索“38礼物”“520礼物”“七夕送男友”“中秋节礼盒”，等**礼遇热词**搜索量变多，这些词也有着较强的消费意图，有助于提升商家礼遇心智和带动成交。



场景3

达人直播大场

insight：我们发现，明星/达人直播大场时，通过搜索首屏位置进入直播间的**用户ctr→直播间停留时长→cvr**整个路径上，用户在直播间的表现均更优。



场景4

生意旺季抢量

insight：“夏季防晒”“三伏天祛湿”“秋季滋补”等**季节性刚需旺季**，用户在抖音搜索并产生购买的需求，在首屏拦截刚需需求，即可科普知识加强心智，也可获得优质订单。



场景5

大促囤货承接

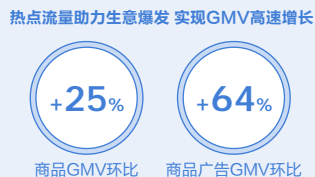
insight：大促作为消费者囤货最佳时期，搜索生活必需品成为用户在抖音上的消费习惯，首屏位置曝光，也将在第一注意力位置收获更多的囤货人群需求。



场景6

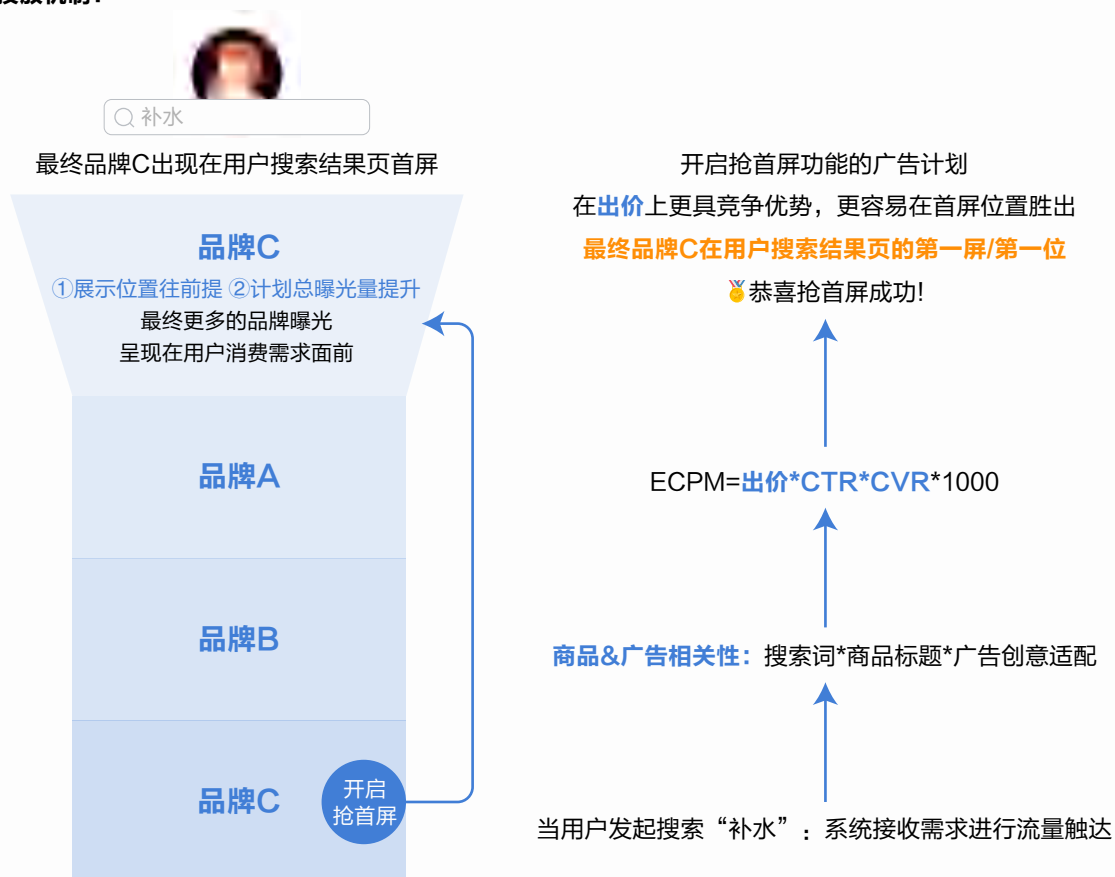
热点营销造风

insight：当热点来袭，如“雅丹风”“大地色”等，用户处于对流行趋势的好奇和新鲜感，会通过搜索来发现更多好内容/好商品，361度承接热点需求，实现商品GMV的提升。



③ 抢首屏工具设置

- **支付ROI目标**：适当降低ROI目标以加速探索。
- **日预算（追加投入）**：独立于主计划调控预算，根据需求合理设置，避免预算过低影响曝光；**预算最低设置为10个转化成本，前期可以按最低预算试投。**
- **投放机制**：



在全域计划如何表达

新建搜索抢首屏

开启抢首屏工具后，系统将为你推荐更多搜索首屏曝光，获取更多优质流量。查看抢首屏原理

支付ROI目标

请输入期望的ROI系数

搜索抢首屏根据单独的**保障规则**提供保障福利（不计入全域推广成本保障）。请谨慎修改支付ROI目标，以免失去保障资格

调控预算(追加)

请输入 元

抢首屏调控工具每日总预算 3000 元；当前最多可再追加预算 3000 元

任务名称

20241022_搜索抢首屏_11:42:53 14/50

取消 确定

投放优化：

搜索趋势怎样？
机会洞察



现在竞争环境怎样？
竞争分析



巨量云图

推直播

推商品

我应该投什么？
投放产品

- 选品** 「标准推广」
托管+自定义组合投放
- 选词** 「全域推广」
开启抢首屏调控工具

如何做好优化？
投放优化

- 优化投放词** 「标准推广」
调整ROI降低系数
- 商品seo优化** 「全域推广」
调整调控ROI目标

我应该如何观测指标？
投放度量

- 曝光/点击/转化
- CTR/CVR
- 订单/GMV/ROI
- SOV：留意和竞品曝光/销量等差距
- 分词类型去看效果

产品预告：推商品抢首屏能力即将全量，支持用最优的商品去抢首屏，保障ROI的同时提升商品声量和搜索SOV。

中小商家

日常平销

做好日常经营，稳定销量提升

01 直播：三大步骤，持续爆单

STEP1 投前须知

- 冷启动别慌，前3天为测试期，需对产品有足够信任和耐心
 - 测试期是系统模型冷启动、积累数据调优的过程，可能会出现效果波动（包括ROI和跑量）。
 - 模型和投放效果在度过测试期后将趋于稳定，并持续探索更多增量。

STEP2 计划搭建无从下手？手把手助你轻松搞定投放

• 目标怎么设定？

推荐「全域推广-放量投放」功能，该功能适用于中小商家不会出价/预算有限的场景，帮助中小商家在小预算下能稳定跑量。



• 如何设置预算？

系统基于不同商家情况提供了不同的建议预算，建议使用时采纳建议预算。



• 如何设置投放时长？

需要根据每日的「实际直播时间」设置「投放时长」，系统秒变“智能管家”，自动规划最佳预算分配策略。

• 如何保持稳定投放？

确保计划全天开启，一周内稳定进行投放；成本波动时，不要进行频繁的调整，系统会在长周期下保持效果稳定。

• 如何使用智能优惠券？

开启智能优惠券功能，对潜力下单人群通过发券提升转化率，平台补贴发券，商家不用额外出钱。

• 创意设置如何使用？

- 「智能优选视频」与「自选投放视频」都勾选✅，系统充分探索，最大化提高跑量。
- 开启AIGC+拒审素材一键修复
 - 开启「AIGC动态创意（即将全量上线）」：同一抖音号下的所有AIGC素材将披露为一个素材合集，创意名称默认为**AIGC动态创意（即将全量上线）合集**。
 - 开启拒审素材一键修复：**同时修复多条拒审素材，修复后过审率提升至90%+。**

STEP3 投后数据查看，帮你快速定位问题、优化策略

✅ 正确评估效果

- **投放初期**：至少连续投放3天，采纳建议预算，加速数据积累与模型学习，提升效果稳定性。
- **对比维度**：「全域推广」前后，若整体支付ROI持平，观察直播整体支付GMV是否提升（需考虑流量/竞争环境差异）。

评估途径一：

- 1) 直播整体支付GMV→抖店罗盘观测
- 2) 直播整体支付ROI→抖店罗盘GMV ÷ 千川总消耗，手动计算得出。

评估途径二：

巨量千川后台「数据」→「全域推广数据」→「投后复盘」，对比全域推广与非全域推广时段的GMV及ROI变化。

• 效果影响因素：

因素1：（广告层面）投放竞争力（调整出价、定向等）

因素2：（自然流量层面）直播内容竞争力（优化话术、场景等）

具体问题可通过「效果诊断」定位

✔ 正确评估结算率

- **对比指标：**直播间整体退款率（退款率数据→抖店罗盘查看）。
- **对比方式：**「标准推广」期间直播间整体退款率 VS 切换「全域推广」后直播间整体退款率。

02 短视频：一选品、二投放、三素材、四数据

STEP1 做好商品选择

• 新手投放商品怎么选？

店铺**所有商品**均可投放，初期先选择「**店铺主推品**」，有一定数据积累，更容易快速起量！

• 多品投放更省事！

投放多品时，建议将全域ROI相近或一致的商品创建在同一计划内。

• 选品不知道咋挑？试试这两个“开挂”选项：

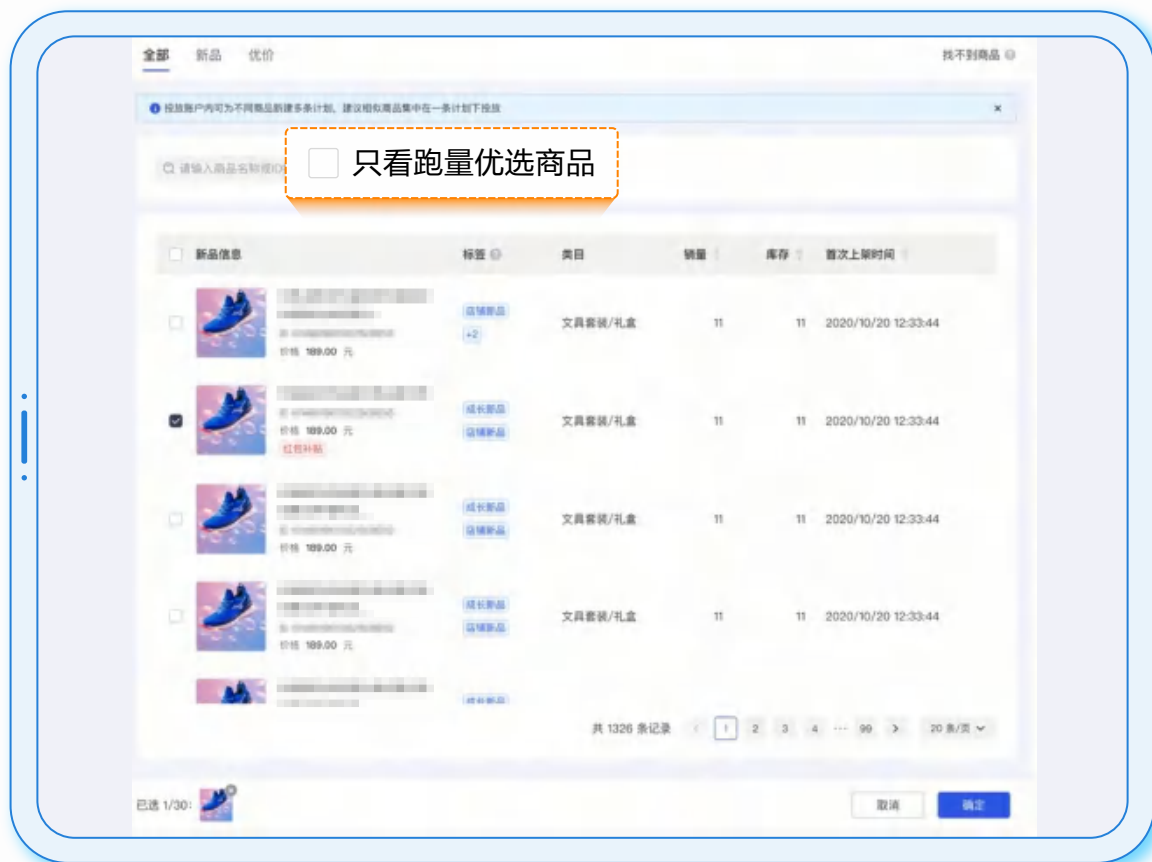
选品时可以勾选「**跑量优选品**」&「**搜索趋势品**」辅助选品

✔ **跑量优选品：**算法结合商家历史投放数据和大盘趋势筛选的预估跑量能力较好的商品。

✔ **搜索趋势品：**近7日受到用户更多关注和喜爱，店铺内关键词搜索量上涨的商品，提升商品的曝光和销量。

• 平台补贴攻略！

带「**红包补贴**」标识的商品可参与巨量千川活动，投放此类商品有机会获得平台消返红包。



STEP2 搭建投放计划

• 目标怎么设定？

推荐「全域推广-放量投放」功能，该功能适用于中小商家不会出价/预算有限的场景，帮助中小商家在小预算下能稳定跑量。

• 抖音号选择

抖音号带标签「可投商城」则可以投放商城流量，无该标签抖音号不支持投放商城流量。

• 预算设置给多少？

• 设置每日预计花费的预算，系统会在保证该预算花完下，得到最优的成本（注意：预算的提高可能会带来成本的提高）。

• 「全域推广-放量投放」下，系统基于不同商家提供了不同的建议预算，**建议商家采纳建议预算。**

• **多预算建议功能（目前部分账户测试中）。**

○系统会根据您过往的投放&店铺运营情况，给到您多个档位的预算建议和效果ROI&订单量的预估，您可根据情况选择适合的预算档位设置。

• 投放如何设置？

默认使用智能优惠券、默认长期投放，尽可能保证计划的长期稳定投放。

• 成本如何保障？

当你采纳建议预算且系统提供了效果预估时，会披露成本保障标识（预计6月12日支持）。此时，系统将会按照披露的全域ROI的下限值进行成本保障。

• 效果如何预估？

- 当你采纳建议预算时，系统会给出在该预算下的效果预估，包括预估的「全域推广」下的订单量和ROI。
- 如果采纳了建议预算但是没有成本预估，可以详见官方资料。

目标设置

投放设置

全域ROI稳定 成本更可控

整体支付ROI目标 ●

请输入目标

请输入ROI2目标

建议目标小于1.77

● **保障福利** 按展示付费(oCPM)，根据保障规则提供保障福利，请谨慎修改整体支付ROI目标，以免失去保障资格

日预算 ●

请输入金额

元

投放时间

从今天起长期投放

设置开始和结束日期

智能优惠券 ●

启用

不启用

抖音号选择

商品全域推广

① 内容货架双流量成交最优 ② 极简投放ROI全程保障 ③ 优享智能优惠券增发

选择抖音号 ●

可投商城

选择要推广的商品 ●

+ 继续添加商品
已添加: 30/30

STEP3 选择优质素材

• 短视频、图文和商品图片，三大素材该往哪投才有效？

- **视频、图文素材**：主要投放抖音内容场（即短视频信息流）和搜索场景。
- **商品图片素材**：主要投抖音商城（商城首页猜喜、商品详情页、订单详情页等）。

• 素材创建方式

方式1：智能优选素材

（简称「智选」，必选）

智能优选默认开启，由系统优选抖音主页挂车视频、图文、商品卡。

✓ 不想投某个视频？

如果部分视频素材不想投，可以点击**手动排除**。

✓ 投了之后想排除「智选」素材？

当计划创建完成，投放过程中想排除「智选」素材时，可进入计划管理页面进行「排除」，也可重新编辑计划进行「排除」。

方式2：自选投放素材，如本地上传等

（简称「自选」）

当抖音主页无挂车视频，或有更多素材想投放，可以**自选上传素材**，多个商品依次选择，并添加对应的商品素材。

✓ 素材从哪找？

手动上传素材来源有本地上传、抖音主页视频等。

✓ 和「智选」冲突咋办？

对于抖音主页视频 **NEW**，如果您在「智选」中已排除某主页视频，该视频会在「自选」中置灰不可选，如果您想重新选择，需要去「智选」处取消排除。

✓ 可以自行手动添加创意标题。

STEP4 投后数据查看

• 想查投后数据？三条路径手把手教你！

路径一：全域推广数据页面

进入「数据 - 全域推广数据」页面，可查看计划整体数据、分商品数据、分创意数据、分抖音号数据、分素材数据。

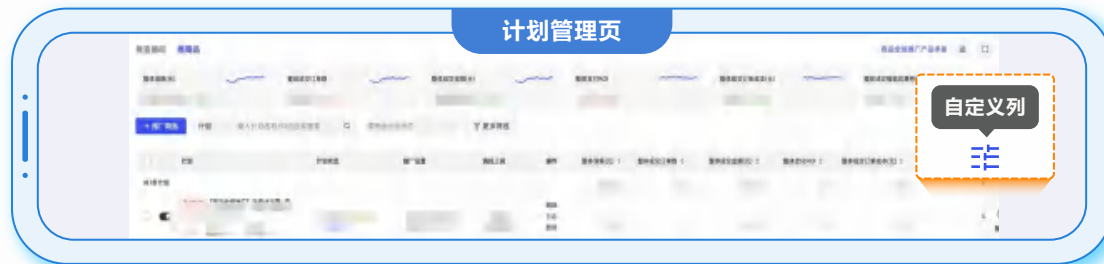


路径二：计划管理页

可手动搜索想看的计划/计划名/状态等。

点击计划进入计划详情，可查看计划整体数据、分商品数据、分创意数据、详情及日志。





路径三：素材深度诊断

打开「数据 - 素材分析」，点击任意素材的「洞察分析」可查看互动数据、人群分析。



• 投后如何进行效果评估？

「商品全域推广」产品的预期效果

「商品全域推广」整体支付ROI稳定达成的基础上，整体GMV（不区分付费和自然）会提升20~30%。

（*数据源自内测商家的平均水平，不同商家存在个体差异，以实际测试情况为准）

「商品全域推广」效果评估方式

在整体支付ROI持平的情况下，可以对比同商品同抖音号使用「全域推广」之前和之后，整体支付GMV有无提升。

*划重点：「全域推广」打破传统界限，系统自动智能调控，无需区分自然与付费，商家只需聚焦商品整体支付ROI目标，紧盯总GMV增长，简化操作更高效！

中小商家

典型场景

不同场景需求，差异策略解法

01 万能通用策略：精细化解法，避免盲目试错！



场景1

商家不会出价/预算有限的情况，如何让投放效果最大化？

推荐使用「全域推广-放量投放」功能，该功能适用于中小商家不会出价/预算有限的场景，帮助中小商家在小预算下能稳定跑量。



适配客群

适配近30天消耗5000元以下的商家，其中不包含历史30日有消耗日的日均消耗>500元的商家。

- 1) 不熟悉投放操作，或投放人力紧缺的**新商家和中小商家**。
- 2) 历史跑量情况不理想，难以形成有效推广的商家。



产品优势

- 1) **起投门槛低**：首款起投门槛下降到30元的投放产品，0压力试投。
- 2) **跑量稳定**：系统会尽量在设置时间内均匀花光预算，自动探索。
[测试期间平均跑量率提升+108%，空耗率降低37%]
- 3) **智能投放指引**：系统结合历史数据给不同商家提供个性化的强投放指引。
 - 直播与商品投放下，系统会结合历史经营和投放数据，提供商家个性化的建议预算金额。
 - 直播投放下，会结合主播历史播放数据，提供主播个性化的建议投放时长。
 - 商品投放下，系统会提供投放商品推荐。建议商家尽可能将更多商品放在同一个投放计划下进行投放。
- 4) **效果有保障**：在采纳建议预算时，系统会提供投前的效果预估与成本保障。
 - 采纳建议预算，获取效果预估和成本保障机制。
 - 成本保障说明详见平台公告。
- 5) 「**全域推广**」**协同加热**：释放全域流量带来增效价值，撬动包含自然流量在内的抖音全域流量。



操作手册

✓ 设置合理预算

系统基于不同商家提供了不同的建议预算，建议商家采纳建议预算，此时会提供基于此预算的效果预估以及成本保障，优化效果。

✓ 推商品-商品选择

首选：商品经营能力强或主推品，能快速度过冷启。
品多计划：商品全域推广ROI一致的商品鼓励创建在同一条计划内。

✓ 推直播-投放时长

建议商家根据每日的实际直播时间设置投放时长，系统会根据你填写的时长，来规划最合理的预算花费方式。

✓ 保持稳定投放

确保计划全天开启，一周内稳定进行投放。
成本波动时，尽可能不要进行频繁的调整，系统会在长周期下保持效果稳定（同时如果符合成本保障要求，会有成本保障的赔付）。

投放效果不好大概是因为

✗ 设置过高的预算

放量投放下，系统会根据你设置的预算探索最优成本，成本会随着设置的预算提升。如果预算设置过高，可能会导致成本不符合预期。

建议：采纳建议预算。

✗ 频繁进行操作，开开停停

系统短期会出现波动，建议拉长周期观测数据，一般观测7日数据，效果会趋于稳定。

建议：拉长周期到7天观测数据。

✗ 直播间/商品品质/创意素材出现问题

做好经营，额外撬动的空间才会更大；
生意经营，可学习：**短视频优质素材、长效经营方法论、电商方法论**等提升。



场景2 商家资金周转困难，如何破解现金流危机？

使用「货款/佣金转巨量千川」一键充值到巨量千川后台，让充值更便捷。



场景3 投放效果波动大，中小商家如何稳住增长曲线？



效果波动是何原因？

新客入场、新品上架、新店开张、新直播间开播或新计划上线时，投放初期模型样本比较稀疏（样本转化少），很难精准找到高转化人群，模型需要足够多的样本才能够准确预估，实现成本稳定；而中小商家因为每日消耗小、转化量少，更需要拉长战线积累数据，度过一段“探索成长期”！



2步稳住效果，实现长效增长

✓ 第1步：稳住前3天测试期

前3天为测试期，需对产品有足够信任和耐心，测试期是系统模型冷启动、积累数据调优的过程，可能会出现效果波动（包括ROI和跑量）；模型和投放效果在度过测试期后将趋于稳定，并持续探索更多增量。

✓ 第2步：测试期务必完成有效测试

有效投放是「全域推广」产品的正确使用方式，持续有效投放可以带来更稳定的GMV增长。

放量投放如何达到有效测试？

- 使用系统建议预算，全天无修改
- 投放消耗大于0元

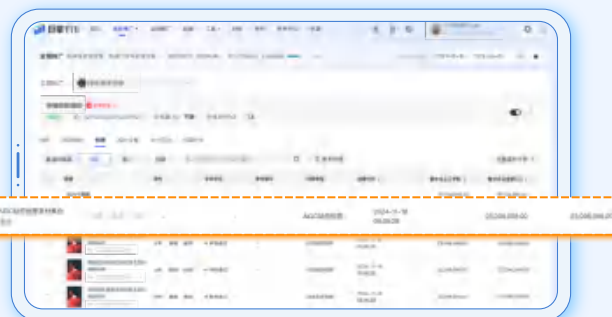


场景4 素材制作成本居高不下怎么办？

开启AIGC+拒审素材一键修复

- 1) 开启「AIGC动态创意（即将全量上线）」后，同一抖音号下的所有AIGC素材将披露为一个素材合集，创意名称默认为「AIGC动态创意合集」。
- 2) 开启拒审素材一键修复，同时修复多条拒审素材，修复后过审率提升至90%+。

AIGC动态创意操作



拒审素材修复能力



场景5 投放能力弱，中小商家如何快速上手？

使用全域推广抖音端「直播套餐版本」



中小友好极简投放能力，一键下单灵活投

巨量千川在PC端全域推广基础上，在抖音端特别推出「直播套餐版本」，提供智能、极简、低门槛的轻量级全域投放工具，最大程度降低投放门槛和复杂度，配合抖音直播节奏快速下单。帮助不同投放能力的广告主，轻松入门全域投放，加速抖音电商营销生意成长第一站。



四大优势加持，中小商家极简投放一键搞定

✓【流量提升】

提升全域流量，带动自然流量：VS「标准推广」直播间整体GMV+20-30%，订单量提升20-30%。

✓【极简操作】

套餐设置极简，无需调控盯盘：7日开播计划系统设置一键打包，无需调控盯盘，随用随充。

✓【灵活适配】

贴合多种直播，投中灵活续费：长短周期多种预算档位，单日/单场/多日连播习惯均能满足，系统充分提升跑量效果，最大化长周期收益。

✓【福利保障】

一条订单多种福利保障：ROI不达标享成本保障+新客1元尝鲜，多种优惠福利。

■ 两大全域推广利器：小店随心推「全域推广」VS 巨量千川「全域推广」有何不同？

	小店随心推-全域推广版本	巨量千川-全域推广版本
产品定位	极简版本、快速投放	精细调控、专业版本
投放端	抖音端	巨量千川PC端
适配客群	<p>新品、新店、新号起步、测试期； 抖音端用户</p> <ul style="list-style-type: none">• 短期ROI保障诉求 起新店新号短期出单、ROI保障诉求广告主• 新手经营不稳定 推荐经营不稳定、投放能力弱、新手商家达人• 抖音端便捷操作 配合直播节奏抖音端快速下单 无精力盯盘	<p>精细化调控、放量、分素材调控适配</p> <ul style="list-style-type: none">• 投中调控 针对不同直播场景，投中精细调控 投放分析、数据监控等专业诉求广告主• 电脑端投放操作 有精力盯盘，希望放大预算
触达流量	全域流量	
智能优惠券	均支持	
互斥规则	同一直播间下，巨量千川-全域推广计划优先开启	
充值方式	无需充值；支持充值 支持货款/达人佣金转充	需充值 支持货款/达人佣金转充

小店随心推-巨量千川「全域推广」投放流程全攻略



小店随心推-「直播全域推广」投放流程



投放须知：完成3天测试期，让效果快速起飞！

• 测试期或存在效果波动：

开启「全域推广」投放的前3天为测试期，是系统模型冷启动、积累数据调优的过程，可能会出现效果波动（包括ROI和跑量）；模型和投放效果在度过测试期后将趋于稳定，并持续探索更多增量。

• 务必完成3日有效测试：

- ✅方式1「推荐」：下单3日15日套餐，进行完整投放不关停。
- ✅方式2：下单1日订单，7日内投放3天，且每日消耗>100元。

投前：巨量千川「全域推广」，投前两步轻松搞定！

STEP1 根据7日内开播规划，选择套餐

套餐类型	适配人群	订单投放天数	预算设置	投放时长	是否纳入成本保障范围
最大化 长周期收益 「推荐」 「成本保障」	开播5天套餐	7日内任意5个开播日 可不连续开播	系统 预估	可设置	✅是
	开播3天套餐	7日内任意3个开播日 可不连续开播	系统 预估	可设置	✅是
兼具短期 灵活性	开播1天套餐	7日内 任意1个开播日 不限1日内开播次数	自定义 设置	可设置	❌否

*7日开播投放天数：

自订单首次下单当日，至之后的六个自然日，为一个7日统计周期。订单将在该七日周期内的任意1/3/5个开播自然日，自动开启推广

STEP2 完成套餐灵活设置，省时又高效！

- 灵活选直播日期：选择「7天内需任选x天直播」，开播后订单自动推广。
- 采纳&自定义预算与时长：采纳系统推荐设置，也可对「预算」「投放时长」进行自定义设置。
- 素材自动生成：系统自动拉取「直播间画面」和「抖音号主页视频」。



投中：科学追投，让投放效果稳中有升

STEP3 追投时机很关键

- 在投中订单可对「预算」「投放时长」进行续费追投。完成有效测试前，不建议续费追投。

建议小额多笔进行续费，即每次以最低组合（100元+1小时）续费，保证续费影响可控；建议保持相同的小时预算（续费时长&金额比例相似），保持相同跑量速度。



投后：拆解关键指标，让每一笔投放都有迹可循

STEP4 查看投放效果，多维度数据全追踪

可在「随心推个人中心页-订单」查看每笔订单当日、分天、订单聚合维度数据。观测投放速度，辅助判断素材衰退期，查看整体目标达成情况。

• 如何看投放效果？

随心推端查看

可在「随心推个人中心页-订单」
查看单日、分天、订单聚合维度数据。
仅展示「全域推广」开启期间的直播间数据。



PC端同步上线随心推全域推广数据

首页、数据报表均支持单独筛选随心推数据。

*素材维度均不包含随心推数据。





小店随心推-「商品全域推广」投放流程（定向测试中）

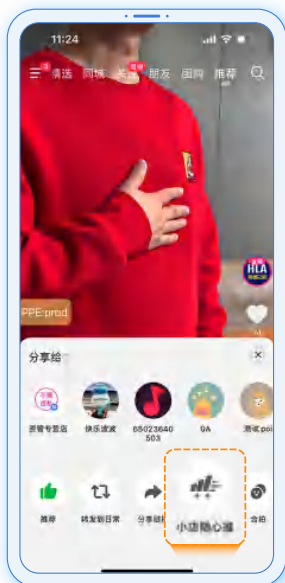


投前：「商品全域推广」（定向测试中，部分用户可见）

STEP1

抖音APP-挂车视频/图文-下方「...」小店随心推-进入商品下单页。

挂车视频/图文
分享面板



「商品全域推广」



STEP2

选择有全域推广授权的抖音号，选择出价方式-「系统智能出价」/「手动出价」，设置期望投放的时长、选择投放金额，完成下单。

系统出价



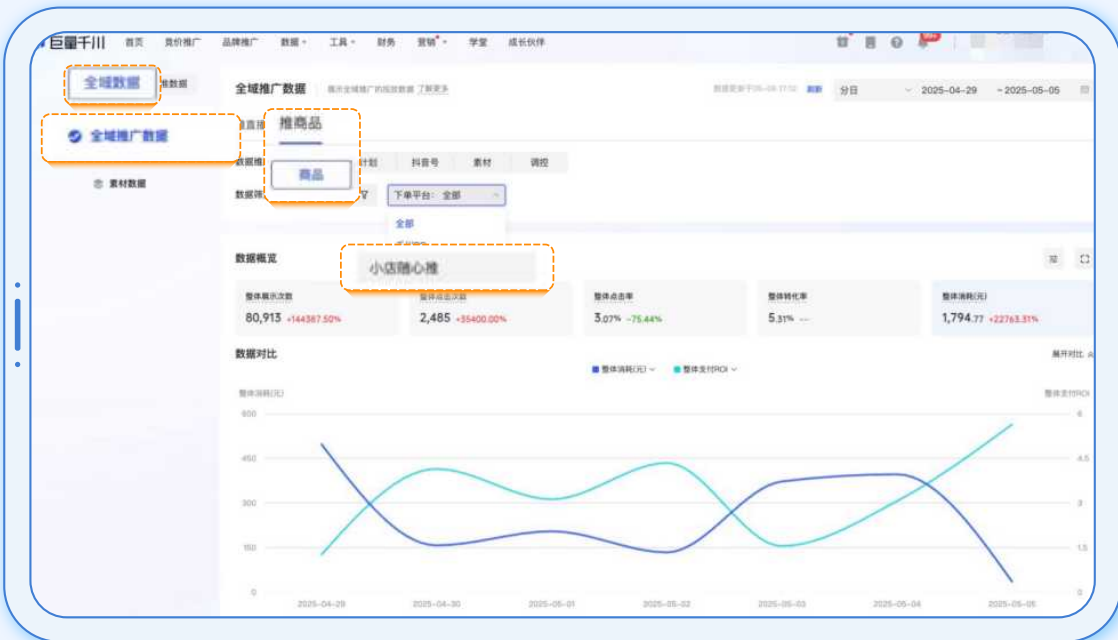
手动出价



投后：巨量千川PC首页-全域推广消耗-小店随心推；全域推广数据报表对比投放数据



巨量千川PC首页



巨量千川PC-数据-全域推广数据

连接两大场景，促进全局生意爆发

	 场景与痛点	 投放动作	 标杆案例
 稳定成本	<p>痛点： 新直播间新号无转化，不起量，成本不稳定人群不精准。</p> <p>目标： 新品新号快速破0单，稳定人气和转化，探索成本与人群。</p>	<p>套餐保ROI快速出单</p> <ul style="list-style-type: none">• 下单3/5日套餐不关停： 在有ROI保障下，助力模型探索适配人群，测试转化成本。• 逐步下单大额套餐：有转化的前提下，选择更高预算档位，更长投放周期套餐，抬升GMV量级。	<p>美妆新号首播GMV+28% →次日GMV+80%</p> <ul style="list-style-type: none">• 背景：美妆新店直播间数据不佳-->使用随心推全域推广。• 打法：<ul style="list-style-type: none">• 首日：预算300元/4h贴近直播时长做测试（精准引流）。• 次日：次日采纳5日套餐预算爬升至500/4h，实现流量变化做突破。• 成绩：<ul style="list-style-type: none">• 首日GMV提升28%+，ROI+9%。• 次日GMV提升80%，高效激发自然流量实现跃迁。• 稳定在线150+人，峰值在线300+人。
 跑量提升	<p>痛点： 流量稳定难破圈</p> <p>目标： 平销期提跑量，大促突破流量瓶颈，短期冲高GMV，最大化曝光。</p>	<p>续费追投 + 1日订单提升GMV</p> <ul style="list-style-type: none">• 抢量期1日自定义提升预算：流量高峰期设置1日套餐，提高预算>1000元，同时小额续费追投进行抢量，通过续费预算/时长比例，调整跑量速度。• 续费追投：投放中根据直播间增加投放时长、预算进行放量，快速提升曝光及转化。	<p>女装店拉新直播GMV提升45% →长效ROI增长明显</p> <ul style="list-style-type: none">• 背景：女装店直播勤奋但人群收窄-->使用随心推全域推广。• 打法：<ul style="list-style-type: none">• 采用“5日套餐+单场追投”组合拳。• 开播前：锁定5日套餐保障长效收益。• 首周测试：预算249元，验证效果后阶梯加码。• 单场追投：单场续费预算100-200元追投调控流量。• 成绩：<ul style="list-style-type: none">• GMV提升45%。• 新客占比显著提高。• 整体ROI：提升15%，长效ROI增长明显。

巨量千川

让生意爆发更简单



巨量千川
电商广告助手



巨量千川
抖音号

扫码关注巨量千川最新动态

数据来源：抖音电商；巨量千川

出品团队：巨量千川产品运营团队；抖音电商市场营销团队