

投手常犯的 45 个错误

1. 直播间引流选了浅层目标：进入/点击。错以为这些浅层流量能带来自然流量，结果这些人都是大拇指，记住，投流，只选深度目标：成交下单。（浅层目标狗都不投）
2. 以为计划人群圈的越细致，账户流量越精准，错！人群越小，账户越跑不出去，一个投手，连钱都花不出去，跟沙雕有什么区别。人群小，没有量，成本反而高了。
- 3 觉得出价低，成本就低！错！计划建立过少，出价太低，账户跑都跑不出去。出价高不代表高成本！高出价系统给量优质！计划搭建要适当加点放量计划跟极速计划的自动出价计划。
4. 余额太低导致账户消耗不起来，不进行及时充值，做投放胆子越小越跑不出去。余额刚开始测试不需要多，5000 已经足够，起量后，每天余额要保持日均消耗以上。
5. 选择了错误的转化目标，导致计划跑飞。小数点出错一位，一刀下去跑亏一套房，开启计划前，先检查一遍计划状态，出价的小数点，避免出错！
6. 玩自然流量用绝对低价去起号，放了几万单福利品，导致整个账户都是低价标签，玩付费流量计划出价过高，导致账户整体转化成本拉不下来。不管付费还是自然流，只有相对价，没有绝对价。
7. 忽略店铺体验分对千川账户的影响，评分低也瞎几把投，评分低于 4.6 分，先去拉分，单量太多，建议停 90 天直接起新号，口碑分低于 4.6 都要硬着拉高出价去投流，这是个错误的操作。（直播挂的链

接对应的店铺是低分店铺，导致第二天口碑分降得很快)

8. 千川投流忘记检查抖音号违规限流了，啥都干了，还不进人！第一时间去检查违规问题，正常情况下是很难完全不曝光出去的，评分跟违规问题是首先要排除的。

9. 计划一定要不断建立优化，不能老是想着一个计划跑到底，每天都要建新计划，老计划第二天不跑是很正常的，心态要放宽！牢记：今天建计划不够狠，明天地位就不够稳。

10. 千川计划建立需要有耐心，不能不停开了又关，要让计划有学习期，牢记：让子弹飞一会！不要轻易停/轻易关！用人不疑，疑人不用。

11. 前一天的计划跑不动不要紧，第二天继续跑。数据低于 500 消耗，分析点击率转化率没有什么意义，跑账户一定要学会让子弹飞一会。牢记：别一惊一乍的！

12. 计划在跑的过程中，不要轻易修改出价和预算，整天一遇到成本飘就去调价格。牢记：每一次修改出价，都代表着一个新的人群开启，尤其是在账户模型不稳定的时间！

13. 开播上了福利品，先不要开千川，等正价再开。牢记：一千川，一人群，干直播的时候，不要用一个千川号去跑两个不同客单价且跨度很大的产品！最好一个品一个千川户，但是多个品跑图文在同一个千川户里跑并没有太多直接影响。（图文跟直播区别比较大）

14. 付费流量跟免费流量是独立的，他不会直接影响，但是会间接影

响，比如付费流量如果转化不了的话，也会压制自然流量。付费流量如果转化得好，持续推人，这个羊群效应也能提高自然流量的转化力！

15. 计划不要到直播结束后才关闭，因为有余量消耗，可以提前关闭计划，让余量消耗掉。

16. 预算不能一下子设置太满，容易导致一下子空消耗。常说通投拉满 999，999 是测试出来好的素材后，再拉满的！

17. 消耗不能到接近计划预算才去加上预算，会影响消耗速度。预算调控要在消耗至 60%左右就可以开始做出判断！

18. 不要觉得低客单低利润的产品就投不了流，这是一个错误的认知！牢记：连老婆都可以花钱买，万物皆可投流！无非是出价高低，介入付费的时间，怎么介入罢了！任何优秀的直播间，都可以通过付费再重新做一遍！

19. 不要相信系统显示的建议出价，因为新户都没有出价模型的。按照自己的实际情况去出价，按盈亏线去评估自己的出价，不要盲目高价

20. 一看到高成本计划，立马就关掉。一个优秀的投手，要根据计划的综合，要学会看计划综合情况，成本只是其中一项考核标准并不是全部，不要成本高就立马关闭，譬如有一些计划是有赔付的计划！

21. 计划里太多地域限制，导致计划没有竞争力，完全消耗不动。解决物流问题，可以用云仓去代发解决偏远地区，但是这些区域尽可能不要屏蔽，计划前期建模需要他们！

22. 创意分类不能都是放在一个上面，要多点进行测试。创意标签建议填满 20 个，让系统更好地识别你售卖的产品。创意标签选满 20

个，例如：10 个行业标签(美白牙齿、清新口气)，5 个人群标签(老婆、小姨子)，5 个热点标签(818、暑假)

23. 付费流并不是完全不管人货场，不要觉得花钱了就可以肆意妄为，有钱可以任性，但不能喂别人吃屎，时刻叮嘱自己：好的人货场有更好的转化，才促进计划消耗。优质素材，才能有高消耗，高投产。

兴趣电商：素材决定命运，消耗改变人生！

24. 计划要有规律地命名，不要总是数字，让自己也看不明白什么时候建的计划，目的是什么. 计划命名规律：时间+目的+操作人+备注

25. 千川投放过程中，要时刻关注视频的评论，有差评的时候，记得去进行隐藏。

26. 图文和直播不能用同一个抖音号进行，反而容易导致账户成本比较高。图文的人群跟直播的人群是不一样的。同一个账户一起跑，容易导致模型错乱

27. 不能建太多下单计划，会出现比较多未支付的订单。计划基建要以成交为第一奥义。

28. 直播开始前计划就得提前过审素材，尤其是短视频引流，带有对比跟功效的都会比较慢，审核不是你家开的，要积极沟通，积极送审等待

29. 不要一直只用一个千川账户去投放直播间，不同的千川账户有不同的效果的，牢记：做自然流抖音号不值钱，做付费流千川户不值钱，多开户，不行就换了！

30. 一个抖音号的直播标签跟视频标签是独立的，即直播做得再好，

你发视频依旧还是 500 流量起步，同理，你视频上热门，直播间也不一定会上热门。

31. 千川极速版能跑的动，专业版并不一定跑的动。放量投放不一定成本就高于控成本投放，高价计划不一定跑的赢低价计划。惯性思维去理解投流，这个是大忌。

32 把成交计划跟 roi 计划的赔付规则混在一起，成交计划和支付 roi 计划的赔付规则是不一样的，这个是需要注意的，真金白银要熟读规则。

33. 除了预算以外，出价及定向不要随意修改，如果要修改，一天不要超过 2 次，否则会失去系统赔付；

34. 计划起来了成本特别高随手就关了，新手常犯看户错误，千万不要慌，满足赔付的话，他会慢慢降低成本接近你的出价的。

35. 爆款视频生命周期有限，但计划衰退了并不是要放弃，可以复制出来提高出价培养新计划，一般爆款素材会在 3 天后出现掉量状况，但只要每天用新计划去“激活”它，即便没有大爆量，但至少可以稳定跑量。

36. 计划的 roi 低了不要立即降低出价，这是很伤计划的。计划 ROI 低了不要着急关，控预算给计划回流的空间提升 ROI，如：ROI 要求 1.5，如果 ROI 低于 1 的计划及时控制预算；

37. 不同的投手有不同的投放水平，作为老板，一个直播间可以让 3-5 个投手去进行投放测试，鸡蛋多放几个篮子，多尝试。

38. 广告组单一，广告组之间是有权重的，刚开始一个新户，可以建 3-5 个广告组，放同样的计划进去。

39. 对于计划出现“内容审核”只是不能进入“内容流量池”而已，不要立马关停它。这种一样是可以在“广告流量池”跑的。只有出现“广告审核”这种他才不能跑的。

40. 批量删除或不处理“不过审的计划”不会影响账户，但重复撞审对账户影响很大的，甚至会受到封户的处理。

41. 计划出现了审核建议不要删除掉，出审核计划的计划不一定不会跑，即使修改优化即可。这种可以让直客去反复提审，直客在广审的作用是很大的，没有对接上直客的，可以添加微信：TN78789

42. 投放一个多品直播间，排品如果售卖客单价相差太大的时候，建议开场低价拉完极速流后，后面全部正价平播。售卖不同产品的抖音号不要在同一个千川账户里跑，会导致模型比较混乱。

43. 直播间无法承接流量不要总是怪投手的问题，要分析主播和产品是否存在其他问题，素材做得如何。一个思路不清晰的直播带货老板干带货，将帅无能累死三军！

44. 账户的 roi 不要只看直接支付 roi，要看总支付 roi，因为总支付 roi 是包含间接支付的订单的。

45. 做直播带货不要觉得人气场观很重要，高人气流量不精准有什么用。不要小看那些在线人数百来人的直播间，这种才是干带货小而美的王者。要重视流量精准稳定，而不是流量人气高低！牢记：稳定压倒一切！起号不难，稳号难！

- 1.千川开户返点（现充现返，一个月消耗一百万，可赚回来一两万）
- 2.优秀媒体运营同学，中台同学。大客户专线一起服务（媒体最新动态，同行打法同步）