直通车的低价引流玩法

讲师：芷若

梳理人：老六这厮

微信：528006006

- 1、所有产品都能做低价引流吗？
  - 1、什么是低价引流？
    - 用很低的直通车出价，通过一些优化操作，从而实现高产出高ROI的目的
  - 2、什么类型的产品适合做低价引流
    - 是不是
      - 所有的产品 都可以
        - 做低价引流
    - 从产品纬度看
      - 标品
        - （看产品）
          - 标品类相对词比较少，一般有转化的都是大词
          - 像细分小类目做低价引流，难度很大，需要卡前三才会有流量
      - 非标品
        - （更适合）
          - 非标品总有一些词没有去做大力推广的
          - 比如：卫衣 比较泛 选词要找蓝海词
    - 从店铺纬度看
      - 【全店引流型店铺 】品类多、客单低、无大爆款的店铺
      - 【单一爆款型店铺】店铺只有一个爆款引流、带动店铺其它款
      - 【转化周期长的店铺】店铺转化低、客单价高、转化周期长
  - 3. 用低价引流，打造全店动销更有优势
- 2、低价引流的核心逻辑
  - 低价引流的核心逻辑
    - 获取低价
    - 流量
      - 质量分
      - ROI
      - 销量
      - 排名
      - 点击率
  - 总结一句话
    - 多词
    - 多宝贝
  - 低价引流的优缺点
    - 【优点】点击单价便宜、优化方便简单
    - 【缺点】拉低计划权重、影响质量分、前期工作量大
- 3、低价引流的核心玩法
  - 1、标准推广下的低价引流
    - 建立标准计划，一次加入10款左右宝贝
    - 建立自己产品的词库
    - 每个宝贝加满200个关键词
    - 设置统一低出价（参考自己的类目出价，测试底价）
    - 日限额能烧多少是多少
    - 时间100%折扣
    - 地域除港、澳、台其它全开
    - 全平台打开
    - 四个创意轮播
    - 匹配方式广泛
    - 人群溢价5%
    - 【3天优化一次】把无展现无点击的词删掉，再加入新的词
    - 【7天优化一次】把表现特别差的宝贝删掉，再加入新的款
    - 注：电脑端也很适合做低价引流，电脑端效果好可以带动无线端的效果
  - 2、智能计划下的低价引流
    - 按产品目标设置不同场景
    - 设置好最低默认出价
    - 加入标准计划下表现相对好的关键词
    - 创意开智能推广，加一个创意就可以了
    - 如果有某个关键词烧得比较快，适当降价
    - 【每天优化】把关键词没展现没点击的删掉，再加入新词
    - 【三天优化】把表现不好的宝贝删掉，再加入新宝贝