dou+投放的10个小技巧

1、dou+如何投放30元或者50元

dou+100元起投，很多同学的作品，100块消耗完之前就发现作品根本没有跑起来，自然流量根本没有额外增长，其他评论、点赞数据也没有增长迹象。
其实dou+投放后可以随时取消，取消方法是：点击正在投放的作品，选择权限设置，然后将视频设置为私密视频，成功之后马上再将视频设置为公开视频后，就会发现系统已提示因为权限设置原因，dou+已经停止投放，余下投放金额会原路返回。
一般作品投放dou+后，消耗30元时的数据可以代表本条视频真实的质量，发现流量没有跑起来+各项数据基本没有增长时，我们可以果断停止投放本条视频，省下钱对下一条视频进行投放。

2、新账号作品0-30播放量为什么?

一个普通的账号发布作品时，会被系统分配大概500播放量进行测试，大多数账号前几条视频的播放量会在300左右徘徊，属于正常现象。
可是有些新账号的作品在50播放量以下，甚至是0播放，原因是被系统判断为非正常账号。
我们知道，一些mcn公司会成百上千的批量起号，抖音为了杜绝这类营销行为，对此类账号会进行严格的限流，当我们的作品播放量在50以下，大概率是被判定为非正常账号，即批量营销账号。

解决方法有二：

1、养号，即模拟正常用户行为，使系统判断为正常账号，比如多点赞，收藏，增加浏览时间，并且带手机出门，增加移动范围。

2、投放dou+，小额批量投放dou+，使系统判断为非批量起号行为，给予正确流量分配

3、什么数据才算优秀视频?

一条视频的点赞、评论、收藏、转发、完播要达到什么水平才能算是优秀视频呢?
投放dou+后达到什么数据才算是投放成功呢?
想要判断作品数据是否优质，可以和行业大盘对比参考
在PC端搜索巨量算数，然后点击巨量算数里的创作指南，在顶栏可以选择想参考的垂直领域，选择内容消费分析，就会出现视频时长分布，包括不同行业的视频时长的互动率和完播率。

我们在启号阶段，可以依据赛道总体数据去判断自己的视频质量，并判断dou+投放是否成功。

4、老作品还能再投dou+推爆吗?

分为两种情况

第一：这个作品之前有没有爆过（浏览量至少超过10w），如果是爆过的老作品停止推流了，你还可以再投，还可以撬动一些小的长尾流量，但是流量肯定不可能像第一次爆时那么猛了。需要我们预测长尾流量对产品的转化是否符合我们预期。

因为作品是有衰减期的，一般前3-4天是集中推流期，后面会越推越少，因为平台要削弱老作品的流量能力来扶持新作品，这样才能倒逼创作者不断发布新作品。

第二：如果本条视频在以前没有爆过，只是达到作品平均播放量，不建议过了作品推流期再投放dou+，如果在视频发布的前四天没有爆过，大概率说明这条作品数据不达标。

5、数据不好的的视频可以隐藏或者删除之后重新发送吗?

如果视频发出去后，发现五秒完播没达到预期，想重新修改一下，我们可以隐藏或者删除后重新发吗?

两种情况

1、如果发布时间短、浏览量低，可以趁作品还未被系统收录，重新微调发布。
“还未被系统收录”的判断标准是作品的公开播放时长未超过1800秒，也就是总播放时长未达到30分钟。
总播放时长的公式是：总播放时长=作品均播放时长*播放量
比如一条作品是100播放量，均播时长是17秒，那么总播放时长为100*17=1700秒，那么就可以再重新发布。

2、如果公开播放时长已经超过1800秒了，不建议微调发布了，容易被系统判断为搬运视频，不再进行推流，只有再进行二次剪辑，比如重新换bgm+剪辑镜头调整+视频封面调整+前五秒调整。

6、什么情况下值得追投dou+

如果第一条的dou+数据没有撬动太多自然流量，基本上再投dou+也没有意义，应该迭代作品或者投下一条作品。

值得追投dou+的情况是下面两种

1、如果为了主页账号装修，想把置顶视频打造成爆款（一般为体现自己专业度的视频），增加自己的权威感，在dou+数据没有撬动太多自然流量的情况下也可以追投dou+。打造面子工程，有利于用户看完你某条视频时，进入你的账号主页时，看到比较漂亮的作品数据，进而产生关注动作。一般的mcn机构会采用这种形式起号。

2、根据roi进行判断，如果dou+给这条作品推流的roi大于1，即你花100块钱可以带来超过100块的收益，那就可以继续追投。

7、标签的本质是什么?

我们投放dou+时，很大程度上是希望通过付费的方式给账号快速打上标签，那么标签的本质是什么?
标签实际上分为账号标签和内容标签，我们以生活经验举例，如果我们去超市买饮料，那么首先会去食品饮料区，然后在食品饮料区挑选可乐、红茶、牛奶、矿泉水还是咖啡。
食品饮料区相当于我们的账号标签，牛奶还是咖啡相当于内容标签
我们给自己账号打标签的过程，就相当于在抖音这个货架上上架的过程
但是打上账号标签并不代表视频的观看量就会大，比如牛奶的品牌成百上千，虽然摆放在货架上，消费者选择哪个品牌的牛奶还是看自己对品牌的了解。很多品牌的牛奶依然销量惨淡。
消费者最后会不会买，还是取决于产品质量，用户会不会看视频，还是取决于内容。
一个数据好的账号，一定同时做好了两件事，第一是账号标签准确，第二是内容质量优秀
账号标签是和系统对话，也就是让系统识别到你的产品应该上哪个货架；
内容标签是和用户对话，让走到你这个货架附近的人选择你的产品而不是竞争对手的产品
我们传统意义上的账号标签很重要，但是更重要的是内容作品的质量，他最终决定了用户会不会看你的视频并完成转化。

8、如何判断账号是否打上了标签?

账号是否打上了标签，其实预设的前提是账号如果打上了标签就会有精准流量，并产生数据的提升和销售的转化，我们在标签的本质上说了，账号标签其实会让流量更精准，但流量会不会提高我们的数据以及最终转化，还是取决于内容质量。

如何判断账号是否被打上了账号标签，其实只要满足两个标准就行

1、粉丝量至少有1000

2、视频的播放量都能稳稳的突破500的基础流量

当粉丝过少时，系统因为样本数据不足，无法判断账号标签是否准确。
而抖音的第一层级的推荐流量500，首先来源于关注的基础粉丝，当视频稳定的突破500播放量，证明基础粉丝垂直，可以判断已经打上标签。

9、新号投放多少钱才能打上账号标签?

新号如果以dou+为主要工具，投放多少钱才能打上账号标签呢，换句话说，投放多少钱才至少有1000的基础粉丝。
这个没有一定的标准，可能蹭上热点或是内容质量高的情况下，第一条视频就可以。
按照统计，在内容质量达标的情况下，只利用dou+投放，刚开始时大概需要2000左右的dou+投放金额，可以达到打上账号标签的目的。

10、为什么粉丝量上万，但是作品的数据还是几个赞十几个赞?

一般情况下在，出现这类问题是由于dou+投放中选择的是增加粉丝量。
而增加来的粉丝属于静默粉丝，即不会观看、点赞、互动，是付费买来的低质量粉丝。
在dou+投放中，通过点赞评论互动转化来的粉丝属于活跃粉丝，直接投粉丝量吸引来的往往是静默粉丝，
吸引活跃粉丝的难度更大，但是在dou+的投放中，我们还是可以首选点赞评论，为打上更高质量和准确的账号标签做准备。