

## 杭州天猫店铺代运营如何纠正店铺人群标签

产品名称	杭州天猫店铺代运营如何纠正店铺人群标签
公司名称	浙江省品融品牌管理有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市拱墅区祥园路108号3幢5楼511室（注册地址）
联系电话	13397212859

### 产品详情

杭州天猫店铺代运营如何纠正店铺人群标签

在个性化时代，淘宝进入了千人千面展现，“标签”和“打标”这样的词在淘宝圈子里就开始广泛传播。在个性化时代，每个人搜索同一个关键词，展现在面前的宝贝不尽相同。而且我们作为买家也会发现，当你在上网购物的时候，打开淘宝准备搜索产品，会无意中发现昨天已经搜索过或者同类的产品。

因为千人千面，“标签”越来越被商家重视。标签分为很多类，我们的店铺有店铺标签，宝贝链接链接有链接标签。作为买家也是有自己的买家标签。可以说千人千面就是通过产品与客户的标签匹配在一起的。通过买家的行为，后台给每个客户赋予不同的标签，同时在客户的不断购买中又积累出店铺的店铺标签，从而实现标签的一致化，让客户能够在不用费力寻找的情况下得到淘宝的产品推荐，买到自己心仪的产品。淘宝推出的目的是为了客户更精准的搜到自己感兴趣的产品，进而进一步提高转化率，提高UV价值。而且实践也证明这种方式是正确的。

千人千面的强大之处在于通过标签的匹配，达到人群定向，产品定向的

效果。随着千人千面的普及，淘宝于其影响可以说是更加重视了，千人千面在产品标签、店铺标签、人群标签的连接上将其功能性运用到了极致。

图1（此图来自网络，仅供参考）

淘宝搜索引擎，根据买家的人群标签，匹配到与之相应的产品，然后根据标签的匹配程度来分配流量。一个标签精准的店铺可以吸引到更多精准的流量。流量的精准会大大减少跳失率的产生，对于成交率和成交量都有良性的促进作用。同时标签精准的店铺要比标签混乱的店铺得到更多流量，通过优质流量达到转化，再到进一步强化自己的店铺标签，形成了一个很好的良性循环的效果。这就是为什么我们要不断的增强自己家的店铺标签的原因了。

.....

但是，在店铺初期，或者新产品上架以后，因为我们的一些错误的操作可能造成我们的店铺标签与我们的产品不匹配，这样也就造成了搜索引擎推荐过来的标签和我们的实际产品不匹配。这样就导致了转化率很低，进而影响了店铺的质量，如果不去重视就会恶性循环，流量越来越少。下面我就和大家说一下，如何纠正已经混乱的店铺标签。

## 一、人群标签是怎么形成的

想要实践，必须要先了解理论，只有明白的事情的缘由，我们才能更好的去实践。想要纠正标签，就一定要了解标签是怎么形成的。淘宝官方的说法包括：注册时的信息、曾经购买的商品特征（高低端等等）、浏览过或者搜索过的痕迹（例如我们在淘宝上搜索了羽绒服，广告展位上就会发现羽绒服的广告）。这也就是我们开头提到的我们的淘宝店铺展示的内容，和朋友的淘宝店铺展示的内容不同的原因了。与此同时，人群标签还包括我们在生意参谋中搜索可以看到的性别、年龄段、职业状况、消费水平等，以前淘宝指数还可以看到星座、兴趣爱好等信息，都为一个客户的人群标签。

## 二、店铺标签如何形成

新店铺就好比刚出生的婴儿，他就如同一张白纸，是没有所谓的店铺标签的。唯一能代表其店铺标签的内容的，就是我们注册店铺时候需要填写的店铺信息，以及我们的类目、属性、关键词等来进行流量的划分，所以在前期我们开新店的时候，就要将产品类目统一，避免类目混乱，导致店铺标签的混乱。关键词要提前做好优化，优化好就不要随意改动。上传宝贝的时候选择的类目也要和店铺的整体类目保持一致，要慎重选择，因为这都会影响到店铺的基本标签属性。

图2（此图来自网络，仅供参考）

## 三、什么原因会造成店铺标签混乱

我们店铺在运作一时间以后，店铺就会慢慢有了基础标签。这时候淘宝的搜索引擎就会通过客户的搜索把我们的宝贝展现到买家面前，买家也就能看到我们的宝贝进而进店查看，这样我们就有了流量。当进店的客户越来越多，这些流量当中夹杂着精准客户，和一些无效客户，这些客户都是自带标签的，通过这些客户自带的标签，淘宝会对其进行分析，然后在给我们的店铺打标。店铺流量的形成是通过客户的积累产生的。因此，当我们运营不当的时候，吸引来的客户标签会与我们本身的店铺标签不匹配，就会产生店铺标签混乱的现象。从而影响到精准流量的涌入。当精准流量变少后，我们得到的权重自然就会降低了。

图3（此图来自网络，仅供参考）

## 四、如何纠正混乱的店铺标签

那么店铺标签混乱的时候通过什么样的方法才能挽救回来，重新拉回权重呢？

### 1、注意活动价格和活动方式拉回混乱的标签。

我们可以通过生意参谋，选择流量，到访客分析中可以看到消费层级。

如下图。

图4（此图来自淘宝网，仅供参考）

图中的消费层级占比最高的为0-50元的层级上的，如果我们产品的定价在这个消费层级内，那就说明我们店铺的标签与人群标签一致，相反如果我们店铺本身的产品定位是在100元以上的，而客户的消费层级却在50元内，就说明我们的店铺标签产生了偏移的现象。出现这样的问题，多半是出现在了低价促销上。当然，价格会有一定偏差，因为这里的消费层级是个平均值，卖家在淘宝的购买都是以日常家用为主，所以均值都会偏低。如果你是高客单价宝贝，这个数据就会失真，可以不去参考。

如果出现层级不吻合的现象我们要重视活动的价格区间，尽量避免低价活动促销带来的标签混乱的现象。为了避免标签混乱，我们在做活动的时候，选择保价的活动为主。例如买三赠一，买五赠二。可能很多卖家会问，买赠的活动和直接降价的活动道理上是差不多的呀，但是买赠的方式是价格不变的前提下我们多赠送产品，虽然优惠的力度可能差不多，但对于成交的价格，和买家进店浏览时产品的价格是没有变动的。这就能够很好的保持我们店铺的价格标签。同时也能提高产品的客单价，一箭双雕。如果遇到非打折不可的活动，需要我们限定购买件数，例如第一件特价，两件以上原价购买等方式，减少低价客户的产生。

## 2、直通车定向推广

直通车人群是纠正店铺标签最有效的方法，但是费用大一些。因为直通车的定向推广，可以设置推广客户的性别、年龄、地域等。直接通过定向推广，来设定我们需要的目标人群，可以说这类客户的人群标签是与我们店铺最匹配的，这就是为什么有些店铺可以通过直通车打造爆款并带动店铺的整体流量了。

## 3、老客户回购

老客户是最精准的人群，他的标签也肯定是和我们店铺最匹配的，所以老客户回购可以很好的纠正我们的标签。通过筛选以往购买的老客户，

将人群标签与我们的店铺标签精准匹配的客户筛选出来，激活这部分客户的浏览购买。通常通过短信的方式进行激活。在保持价格的基础上，设定具有诱惑力的活动，增加收藏、加购的活动门槛，完成购买。这样可以强化我们的店铺标签，以便于吸引来更多的精准客户。

以上几点就是今天要给大家介绍的拉回权重的方法了，拯救了我们混乱的店铺标签，才能获得更多的精准流量。我们店铺的自然搜索权重自然而然就会提升

网站：[www.vptao.cn](http://www.vptao.cn)