

杭州天猫代运营教你如何实现弯道超车

产品名称	杭州天猫代运营教你如何实现弯道超车
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

小卖家想要弯道超车，这些细节你要注意

做淘宝，付费流量的话肯定离不开直通车。因为直通车是关键词搜索入店，流量精准，转化率高，并且有搜索权重，可以快速的带动免费流量，所以直通车成了淘宝卖家最常选用的付费推广之一。但是很多人直通车数据并不好，PPC居高不下，产出比低。大家直通车效果不好的主要原因就没有系统了解，直接充值开动。这就好比我们开汽车，无照的或者新手司机车辆小剐小蹭的情况就是多。我们想要直通车有一个好的数据，我们在上车之前一定要对直通车有一个系统了解，这样你才能减少失误，降低风险。作为现在主流的引流方式之一的直通车是我们必须学会开好的，因为直通车的作用太大了，不管是测图、测款还是自然访客的引入亦或者精准店铺的流量，都是离不开直通车的，但是因为直通车的技术壁垒，让很多人都开不好这个车。其实开车没有那么难，只要我们熟悉直通车的功能特点和理解每一个设置原理，然后多实操，多实践，一周之内，你的数据就会靓丽很多。下面我们就和大家分享一下，直通车如何开，效果才会好。

图1【图片来自淘宝网，仅供参考】

一、直通车后台设置问题

作为一个淘宝卖家，我们都知道直通车是有计划权重的，计划权重对于质量分有着很大的影响。对于直通车来说不同的计划之间的影响是很微小的，小到我们可以忽略不计，所以同一个产品用精准计划圈定人群，在用低价引流计划拉动访客是完全没有问题的，也不会相互影响的，只要控制好两个计划之间引入访客的占比就可以了。而同一个计划下面不同的产品之间是有影响的，比如第一个推广的产品权重很高，第二个产品的初始关键词质量得分也会很高，反之如果第一个计划权重很低的话，那么第二个计划初始质量得分也会很低，所以如果我们一直开不好车的话可以先用一个低价性价比高的产品去养直通车计划，然后再加入要主推的产品就会好开很多，反之如果第一个权重很低要在这个计划加入新的产品推广，做好等待15天左右再开，因为直通车的权重影响会保留15天左右。

图2【图片来自淘宝网，仅供参考】

.....

关键词的相关性只是和创意标题里面所用的关键词有关，而与我们产品的标题是无关系的，所以当我们想用的词相关性不满的时候，我们可以先把这个关键词放到创意标题在添加就可以了，产品的标题没有必要修改，但是创意标题也要和我们的宝贝标题大体一致。还有就是创意标题最好把产品的标题都涵盖，然后用不同的组合方式放在关键词投放里面，这样可以测试出最好的产品标题的组合方式。还有就是流量分配方式最好选择轮播，因为优选大部分真的不靠谱，尤其是新直通车展现量低的时候。

图3【图片来自淘宝网，仅供参考】

点击率是一个很重要的数据，我们一定要优化点击率。在优化图片点击

率的时候一定要做不同的风格图片，因为同样风格的图片得到的点击率基本不会有太大的差异，而且图片的点击率低一方面是图片真的不行，另一方面就是我们选择的关键词与图片不符，还有就是所处的位置太低了，这三个原因造成的，不要一看点击率低就让美工做图片，可以先换一个关键词或者提高出价提升位置尝试一下。

然后就是不同的产品我们一定要从符合实际推广要求，不能盲目，要有理有据。因为中国的面积太大了，南北方，中西部的气候和习惯有很大的差别。就好比现在南方也许还在穿短袖，但是北方的东北已经穿上秋裤了，不要用自己当地的情况去衡量全国。毕竟网店是面向全国消费者的。因为毕竟再小的网点做的也是全国的生意。

图4【图片来源淘宝网，仅供参考】

在直通车初期，我们尽量不要选择大词，因为大词的点击率及转化率指标都是偏低的，而且竞争很大，流量成本会很高。我们在上面的文章里也说了，直通车是有计划的权重，前期选择大词，不仅费用贵，而且前期计划权重的提升也是很慢的。在产品的新品期我们要选择精准长尾词，虽然数据展现未必很大，但是因为竞争低，精准度高，所以会有一个不错的排名和很好的数据。这样就可以很快的提高计划权重，当计划权重高了以后，我们就可以填一下大词了。

在开始进行直通车推广的时候一定要想明白自己的目的，我们到底是要测图测款、带动店铺自然访客还是精准产品的人群，这些要想不明白永远也开不好直通车，因为不同的目的开车的方式是不一样的。我们需要测款测图的话是需要最短的时间内得到大量的数据，所以这个时候日限额和投产等就不是我们要考虑的了，我们只需要开始多长时间需要多少展现或者点击就可以了，剩下的所有工作都是为了得到这些数据服务的。

而想要带动店铺自然访客就需要考虑节奏了，所谓的节奏就是在一个固定的时间段内或七天或十五天，保持一个数据递增的趋势，从而带动自然访客的增长，而想要保持递增就需要直通车的点击花费足够低，图片的点击率足够高，并且算好自己的预算。

二、直通车权重构成解读

在不同的时间段，我们对直通车的考量是不一样的。比如双十一前的蓄水期，这个时候考量直通车就不应该是投产了，因为已经进入预售期了，买家都在等着双十一当天的狂欢，下单的是很少都，所以转化率会很低。我们现在应该看的是收藏与加购率，因为这个时候转化就是很低，消费者对于喜欢的商品都会选择先加购，等双十一的时候再买。所以这时候得到的加购越多等到了双十一当天的爆发才能越高。

其实有时候我们开不好直通车不是因为技术不行，而是我们开着开着就忘记自己开直通车的目的是什么了，不忘出现方得始终。

网站：www.vptao.cn