

杭州天猫代运营公司如何快速提高产品点击率

产品名称	杭州天猫代运营公司如何快速提高产品点击率
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

杭州天猫代运营公司如何快速提高产品点击率

转眼间就到了10月份，一年一度的双十一狂欢马上又要到了，因为大促的到来，大部分卖家的数据都有了一定程度的下滑。不知道大家有没有做大促前的准备？要推广的产品有没有一定的数据积累？店铺层级上去了吗？直通车花费降下去了吗？

图1【图片来自淘宝网，仅供参考】

大促前的一系列的事情都会直接影响着我们双十一能不能有一个好收成，能不能赚的盆满钵满，实现一年的盈利。我们想要双十一有一个好的收获，离不开一个高销量、高访客的产品，而想有一个好的产品，直通车去带动自然访客是最正确的选择，而想要直通车去推广，降低平均点击花费是每个商家的心愿，那想要降低花费就要先把点击率解决掉，影响直通车点击率的主要原因有款式、图片、标题、位置、关键词、价格、基础销量等因素。我们今天就和大家说一下有关点击率的那些事情。

.....

影响点击率的因素有很多，今天有关提升点击率的方法主要从下面六个方面去说：

分别是：

- 1、款式的选择；
- 2、视觉优化；
- 3、标题如何优化；
- 4、产品所处的位置；
- 5、价格设置；
- 6、产品的销量权重。

大家也可以自己先去想一下这七个问题自己平时有没有关注过，我们一般是怎样优化这七个方面的，下面就详细和大家说一下。

1.款式的选择

现在的淘宝，款式定天下，款式选对了，你就成功了一半。但是这块往往是很多卖家的短板，现在很多卖家都有一个习惯，也可以说是误区，都是轻产品重技术。有时候我们费尽心思的去学习各种厉害的技术，用高额的预算去推广产品，最后发现还是做不起来，其实并不是我们学习的技术有问题或者推广手段不行，而是我们选择推广的产品根本就不被消费者接受。比如我们去年做的很好的一款鞋子，今年也不去测试直接就开始推，然后发现怎样都推不起来。或者流量终于起来了，最后可怜转化率和中差评也会让流量很快的下降。这种情况每年都会发生的，因为每年客户喜欢的东西都是不一样的，所以在推广产品之前一定要先测试一下或者同时多操作几个产品，才能保证成功率。

2.视觉优化

视觉优化其实说的就是美工。淘宝所谓一个平台，买家搜索关键词以后，根据主图决定浏览宝贝，所以主图非常重要，所以做淘宝其实就是卖图的，图片做的话，数据自然好。有关图片的优化这里给大家一个思路，在我们日常优化图片的时候不妨从产品的拍摄角度和文案上下功夫，尤其是拍照这一块，我们的美工只能锦上添花而不能无中生有，所以多在拍照上下点功夫。首先拍摄角度一定要优先能体现商品卖点，比如我们是做连帽卫衣这个产品的，客户的需求也是连帽这个关键词，这时拍照时就要重点突出帽子这一块，然后文案也是重点突出连帽这一项。其他产品也一样，我们的文案卖点、客户需求点、产品展示一定要统一。

3.标题的优化

我们选好款以后，标题优化是我们首先考虑的问题。因为客户是通过关键词搜索找到我们宝贝的，所以关键词的精准度是我们选择的第一要考虑的因素。选词离不开数据分析，数据分析那基本就是需要官方的市场洞察了。我们一定要去选择蓝海词，什么是蓝海词呢？蓝海词就是搜索量大（市场空间大）、宝贝数少（竞争小）的宝贝，这样我们在后期的操作会更简单一些。

下面就是关键词的选择，在想要替换标题关键词的时候最好把这些关键词放到直通车里面测试一下，或者直接从直通车里面选择也行。我们需要那种收藏加购率和行业持平或者高于行业的，并且点击率反馈也不错的。当产品标题里面的关键词全都经过测试之后，我们的产品获取自然访客也就轻而易举了。

图2【图片来自淘宝网，仅供参考】

4.产品所处的位置

买家搜索关键词以后，我们展现的位置对于点击率的影响是特别巨大的，尤其是手机端。同样的一个产品同样的图片价格，所处的位置不同得到的点击率反馈也是不同的，一般越靠前的位置点击率也就越高。所以我们在优化直通车点击率的时候，不妨可以通过提高出价来提高产品所

处的位置，从而来抬高直通车的点击率。如果我们预算有限，担心花费太快的话可以把关键词设置成精准匹配，从而来控制关键词的展现量。通常来说只要出价能排进前20就可以了，不行的话10-3名也行，没有必要去争前三的位置。当然，如果你财大气粗，品牌度高，那就另当别论了。而且同样的出价，小词的位置会比大词的位置高很多，所以选择关键词也很重要，这一切都是根据我们的预算来决定的。

图3【图片来自淘宝网，仅供参考】

5.价格设置

物美价廉永远是受消费者喜欢的，所以价格永远是大部分人需要考虑的因素之一。要不然也不会有双十一的火爆。一般都是你的优惠力度越大，你的销售数据越好。不仅仅是大促，平时产品的销售也是这样的，尤其是对于标品价格就更加重要了，所以在制定价格的时候一定要根据自己吸引的人群和同行的价格做参考去制定价格，或者可以一个链接里面放两款以上的不同价格的产品，然后用高价格的产品做主图，这个时候客户看到的就会是低价格产品的售价以及高价格产品的主图，就会给客户一种产品性价比高的假象从而提高点击率，当然这两种产品的价格不要相差太多，把客户引进来然后下单才是我们的最终目的。【我个人不是很提倡这个方法，虽然引入访客会增多，但是相应的转化率也会下降，这个方法只是给大家提供一个思路】

6.产品的销量权重

大家也发现了，新品前期的基础销量的积累往往是比较困难的。因为很少会有人购买零销量的产品，尤其是标品销量越多转化往往也就越多，所以测试好了产品、图片以及选择好了关键词之后我们要做的就是给产品一个合适的销量，非标品的话大概20个左右就可以了，这20个销量可以用老客户也可以用朋友，然后做好这20个销量的评价和晒图。