

拼多多代运营 电商干活分享 杭州拼多多代运营

产品名称	拼多多代运营 电商干活分享 杭州拼多多代运营
公司名称	杭州臻广科技有限公司运营部
价格	.00/个
规格参数	服务模式:三对一 服务内容:全托管服务 公司地址:浙江杭州
公司地址	杭州经济技术开发区4号大街28号2幢517室
联系电话	18966166821 18966166821

产品详情

1、上新阶段保持一定频率的上新，不要老是盯着一两个链接，多尝试下才会有更多发现。并不是要求像产业带大佬一样一周拿出十几个款去测，但是好歹一周或半个月也上一两个新款吧？2、基础破零后，做基础销量是必须的，并判断你的选品值不值得推，这要分两种情况：一是你已经做好充分的市场调查，这个品是一定要推的，那就可以直接进入下一阶段；二是你对这个品只是抱着试一试的态度，需要开启多多搜索测款，收集足够数据去判断能否进入下一个阶段。

3、爬坡阶段

这个阶段，有很多好品不需要加大推广力度，系统自然会给你更多的曝光，这当然最好了。然而大部分人都得去压榨持平投产比，在投产比扛得住的情况下，慢慢尝试加大推广力度，看看这个品的上限是多少，能爬到什么水平。

4、收割阶段

这个阶段，做好日常数据统计报表，观察在哪一种付费推广比例下，利润最大，然后每天微调投入比例，吃利润，到后面可能会慢慢掉下来，那掉的位置基本就是你这个品的一生了。此时你就可以按照以往积累的推品数据报表，模拟操作，批量测款，批量推款，如果操作够熟练了，流水线工作罢了。

下面，我将分产业带或强供应链玩家，非一手货源中小玩家，两种情况来讲一下具体的运营操作，纯属交流，欢迎探讨！第一类：产业带或强供应链玩家这类玩家一般都比较有实力，运营起来相对轻松，思路无非就是款式和性价比，把优势做到最大化。他们或资金雄厚，或货源充足，但还是要先收集数据，就是市场调查，比如大环境下的价格段，卖法，竞品的日销，资源位，搜索端转化率等情况。如果有比别人性价比更高的商品，更受欢迎的款式，那么在保证足够的利润比（20%-25%）的前提下，推就可以了。

新品上架后，利用多多进宝或者竞价活动，先做大概两三千的基础销量。我个人比较喜欢竞价活动，因为冲量快、权重起来得也快，且相比多多进宝，亏损比例要少很多。多多进宝流量爆发大，且更加持久

，当然效果如何，最关键还是产品本身。后面，符合要求的资源位统统拿下，比如领券中心，9.9，爱逛街，新衣馆等。集齐资源位之后再进行一次战略性亏损秒杀，一天时间，就能让GMV大幅度提升，最好是把资源位冲上精选，那么自然流量就开始爆炸了。接着盯GMV，付费推广占大头，我们往持平和小亏去调整就行。目前来看，像我们女装，大推文GMV8万-10万基本稳拿，男装要10W往上了，如果达不到这个量级就如上面所说的，做好每日数据报表，调整付费推广的占比，实现最大化盈利目的。当然我也接触过不少扑街的案例，归根到底还是市场调查这一块没做好。任何一款非标品都是有自己的生命周期的，已经极度饱和，烂透的市场，就算你供应链再强，也不要掺合了，没有利润的事情咱们不做。还有一种情况就是，我比别人价格低，但是怎么推都推不起来，也不清楚问题出在哪里。其实就是一个起点的问题，毕竟人家起步比你早很多，积累了足够多的买家群体以及各渠道的流量权重。据我实测，新店新链接有大优势的产品想要赶上竞品最少也得一到半个月。这也说明，随着私域流量渗透到各个流量入口，作为一家新店，维护好店铺评分以及粉丝量，是重中之重。第二类：非一手货源中小玩家1、上新准备定款新手入门，最起码得分析我到底能不能玩吧？一些商家朋友选款全靠感觉。例如：我觉得这个款很漂亮很新颖，肯定能卖爆；我觉得我这个产品不错，价格实惠。做到后面发现卖不动，这就是你没做市场调查，只凭个人感觉的结果了。

在做某个产品之前，必须要观察市场情况，这个可以在后台搜索数据，看看行业访客数，搜索指数及走向规律等指标，然后去收集和分析一下过去15天top50的竞品数据，我们就能大致判断自己的这款商品能不能进场以及相关属性怎么定了。价格适中，有利润空间，市场竞争不算太激烈，中小卖家最需要注意这三个点！基本内功说实话我不太爱讲主图，详情图，标题，价格，sku等基本功的东西，但是这一块又是重中之重，如果细讲会很多很杂，多多大学有很多专业课程，大家可以去学。我只讲一点，做好市场调查后，我们需要定好价格体系，如日常价，9折大促价，秒杀价，领券中心券后价及各种资源位的折扣等，基本内功完成后，就可以上架链接。

2、基础推广对于新店来说，如果做好了基础，3天内能出单，说明就值得推了，如果超过3天还没单，就看是不是没流量进来，是的话再考虑要不要做推广测试一下。对于老店铺来说，新链接做好评价，多少都会出单的，除非你卖的东西真的很烂。推广前，建议还是有基础销量评价比较好，200个基础销量，20条带图评价，这是最基本的，毕竟我们的预算是有限的。我习惯破零之后马上开启多多搜索和多多场景。多多场景搭配OCPX工具就对了。3、爬坡与收割做好基础销量，爬坡就要开始了。其实对于我们中小卖家来讲，爬坡就是收割的开始，不要去想什么阶段性亏损，战略性投资，大部分能起来的链接，从一开始推，就是挣钱的，除非你的格局非常大。我认为小卖家在这个阶段，做好日常数据报表统计，靠系统自然流量慢慢起量，观察哪一个付费推广比例下，利润最大化，然后根据市场浮动微调即可。

关于平台活动这样一块，在千人千面全渗透的情况下，很难一上活动就能爆发了，更多的是需要链接日销配合，才能看到效果。举个例子，某链接的买家人群只有一千个，上了9.9频道之后，这一千个买家就能优先在9.9频道看到你的产品，按5%的转化来算，你能产出50单，这时候频道产出是很低的，你自然感觉不到上了活动之后的效果，相反如果你的买家人群有十万个的话，在频道里面的表现就可想而知了。当然也有特殊情况。每个活动频道都有自己的固定买家群体，例如秒杀，如果你的产品秒杀性价比做到了极致，给消费者感觉确实和平时买不一样，那流量也会非常可观。这类链接一般都会做成秒杀常规款，就是三天两头上秒杀，还卖得特别好。另外所有频道都有一个精选池，只要你在该频道里面表现优秀，就会拉进精选池里，这样就能获得更多的曝光和流量。在我看来，领券中心基本是必报的，还有9.9、爱逛街、电器城之类，看你品类了，资源位不要嫌多，在控制好利润的时候，能报都去报，日常资源位尽量拿齐，这是获取自然流量很重要的一点。关于资源位比价问题，经过我身边大部分小伙伴们的测试，改变SKU名称和SKU图片可以有效避免被比价，当然你得考虑好了，如果链接已经起来了，就别为了一个资源位去操作了，权重会掉没的。总结其实推品没你想的那么难，如果你是小白，相信通过不断学习，也能清晰地知道各阶段需要做什么事情，并且严格执行到位，还能做到随机应变。我希望所有商家朋友们都记着我这一句话：看完思路要去实操，只有实践才是检验真理的唯一标准。