

电商知识50条大全 拼多多全托管代运营服务

产品名称	电商知识50条大全 拼多多全托管代运营服务
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

50条电商运营技巧，超全面!

电商

一、定位

- 1、开店前首先需要考虑清楚3个问题 你有什么产品?你要卖给谁?你有什么优势?
- 2、开店说到底就是竞争，你有实力跟同行竞争就可以成功。例如你是一个知名品牌所有者，你有成本很低的优质货源，你有很多忠实粉丝，你有同行无法复制的独家资源，你有非常雄厚的实力跟同行打价格战，等等，这些都可能帮助你更快速的成功运营一个店铺。如果没有，请看下一条。
- 3、如果上面的优势你都没有，你也可以老老实实的开一家不好不坏的店铺。此时最重要是 选择相对优质的产品、以相对较低的价格出售、提供相对独特的服务、经常跟顾客互动。
- 4、到底要开一个什么类型的店铺?旗舰店?专卖店?还是C店?可以说每个类型的店铺都有自己的优势，都有可以成功，主要是看你的产品更适合哪种类型。1) 拥有知名品牌资源的最适合开平台旗舰店;2) 有独特优势的非知名品牌适合开拼多多企业店或者拼多多C店，等成为知名品牌后平台会邀请你开旗舰店的;3) 线下批发市场适合开专卖店或者专营店;4) 如果没有任何优势，劝你不要开店。
- 5、你要了解你的类目。刚开始最好选择自己熟悉的类目，选择熟悉的消费者，选择熟悉的产品，这样你才能够比较容易的把产品卖出去。如果这些你都不了解，请先对这些做深入了解。
- 6、你需要成为自己店铺的第一位消费者。设想一下，如果你店里销售的产品不能吸引你自己购买，你还有什么理由吸引其他顾客购买呢?所以，在开店之前，先找出一些吸引自己购买的理由。这样，你就可以吸引其他顾客购买你的产品7.

7、你的店铺要有故事。现在的店铺同质化严重，一个顾客在面对同样的产品和同样的价格的几个店铺，你很难吸引他在你的店铺购买。如果你是一个有故事的店铺，那么可以一下拉近顾客跟你的距离，再顾客不好做决定的时候你的故事会帮助顾客觉得再哪里购买。什么是有故事的店铺？

二、顾客

8、刚开店的时候不要把所有消费者都当成你的顾客，没有一家店铺可以把产品卖给所有人。1) 开店的时候尽可能把顾客细分、再细分，研究好你最了解的一群细分顾客最大的需求是什么，把最适合他们的产品卖出去，服务好他们。2) 等你有了一定的客户群，你会发现这些顾客会有更多的需求，然后根据他们的需求找到或研发新的产品。如此循序渐进，你的店铺规模会越来越大。

9、经常跟顾客互动可以帮你大忙，最简单的方式是建立一个老顾客QQ群。1) 当你上新品的时候不妨在群里调查一下老顾客最喜欢哪个产品，这样将会帮你迅速判断哪个产品可能卖出去2)。当你的一个畅销产品突然变得不畅销的时候，你可以在群里调查一下老顾客近期不购买的原因，方便让你做成正确的调整。其实，跟顾客互动还有更多的好处，期待你的发现。

10、做任何事情的时候首先把自己当成第一位顾客。1) 如果你以顾客的思维去考虑店铺如何运营，你会避免很多低级的失误。2) 当你在做一个页面的时候，你会想到顾客最想看到什么图片和文字，你也会想到最能够吸引顾客购买的因素是什么。

11、做任何事情的时候又要忘掉自己是一位顾客。在你按照上面这条做了一些事情之后，接下来就不要把自己当成顾客了，而要看顾客会有什么反应。例如你更换了一张宝贝橱窗图，可以观察一下实际顾客的点击率是高了还是低了；你更换了宝贝介绍的内容，实际顾客的转化率是高了还是低了。

三、产品

12、产品要考虑利润率。1) 不要轻易销售利润率低的产品，不然你会被其他的成本所压垮，有利润才能生存和发展。2) 利润率高的产品不一定不畅销，几乎任何一个知名高端品牌都是利润率很高的，同时又是非常畅销的。

13、决定利润率第一个因素是价值，而不是成本。例如苹果手机的成本跟小米手机的成本差不了多少，但是苹果手机的利润率是小米手机的数倍。那么苹果手机的价值体现在什么地方？1) 质量好。无论是硬件还是做工，质量都比大部分手机品牌好很多。2) 用户体验好。无论是操作界面，还是灵敏度，还是拍照效果，都是非常好的。3) 有面子。用苹果手机看起来比用其他手机有面子。因为对大部分人来说，面子也是一种价值。

14、决定利润率的第二个因素是吸引力。吸引力越高的产品越容易卖高价，吸引力越低的产品越难卖高价。如何提高吸引力？1) 提高质量；2) 增加功能；3) 提高服务；4) 提供赠品；5) 提高品牌知名度。

15、决定利润率的第三个因素是成本。成本越高利润率越低，成本越低利润率越高。降低成本的方法有：1) 寻找更上游的货源；2) 大批量进货；3) 部分工作使用兼职员工，例如设计；4) 入驻孵化园可以节省房租。

16、决定利润率的第四个因素是竞争。竞争越大的产品越容易出现价格战导致利润率低，竞争越小的产品越容易出现高利润率。电商行业很难避免竞争，如何应对竞争请看下面的章节。

17、运营一个店铺一定要有多个爆款，爆款是产品竞争力的表现，也是店铺运营能力的表现。如何打造爆款：1) 了解顾客群的需求；2) 提高产品的价值；3) 提高页面的吸引力；4) 优化好宝贝标题；5) 适量刷单并优化好评价；6) 通过CRM系统或者钻展通知老顾客购买；7) 通过直通车、钻展等方式带来一定的精准流量；8) 通过店内关联推荐给爆款更多销量；9) 提高关键词排名增加更多自然流量；10) 报名聚划算等高质量的活动带来更多销量；11) 分析流量来源并提高转化率较高的流量来源；12) 长期维持比同行稍高的流量。

和销量以便做成长期爆款。13) 同样的方式打造更多的爆款，并进行关联销售。

18、店铺规模做大的时候要扩充商品品类，这样可以快速提高客单价和复购率。例如 店铺刚开始没有多少流量，通过很长时间的努力把一款裤子做成了爆款，这个时候每天可能有几千人甚至几万人进店;人多了需求自然增加，这个时候有一部分人需要毛衣你就可以增加毛衣，有一部分人需要鞋子你就可以增加鞋子;商品越来越多，一个爆款带动了很多其他商品的销量;销量越多，需求就越多，可以扩充的品类就越多;

四、运营

19、运营的第一个核心是转化率。提高转化率的方法有 1) 提高产品的吸引力，可以从产品定价、页面描述、赠品、附加价值等方面考虑;2) 提高页面的美观度;3) 提高产品的销量，不要出现0销量的产品;4) 提高好评的数量和质量，降低中差评;5) 吸引精准流量;6) 多跟顾客互动;7) 提高客服的聊天技巧。

20、有个小技巧可以让顾客养成访问店铺的习惯 固定每周一天为会员日，当天某款宝贝买X送X。这样做的好处有 1) 让忠实顾客养成经常访问店铺的习惯;2) 可以比较轻松的打造爆款，并且带动全店流量;3) 处理滞销品或者清库存。

21、店铺吸引的流量越精准越好。可以使流量更精准的方法有 1) 确定店铺和产品定位，重点针对精准潜在顾客做宣传，例如你卖的是高端产品，尽可能在推广的时候针对消费层级高的人群宣传。2) 分析生意参谋的流量地图，找出哪些流量来源的转化率高，并且提高转化率高的流量同时降低转化率的流量。

22、运营节奏、店铺活动和推广联系越紧密越好。例如 先通过老顾客或者钻展测款，测出一款点击率和转化率比较高的宝贝;然后通过刷单产生一些基础销量和优质评价;接下来对老顾客进行促销，随着销量的提升参加聚划算、天天特价、淘抢购等活动，同时进行付费推广;

23、运营的第二个核心是流量。提高流量的方法有 1) 付费推广是最直接的流量来源，在ROI可控的范围内尽可能提高付费推广的力度，正常情况下付费推广带来多少流量自然搜索就会带来多少流量;2) 参加活动可以给店铺带来更多的免费流量，不过需要注意多参加优质的活动少参加劣质的活动以避免为店铺带来劣质流量而引发的差评和低DSR评分。3) 提高自然搜索流量最关键的是关键词竞争度，影响关键词竞争度主要因素是产品销量、DSR动态评分、好评率，这三点做好了自然流量就不会差。

24、提高店铺DSR动态评分和好评率的核心是提高客户满意度。提高的方法有 1) 产品质量过关;2) 发货速度过关;3) 购物体验好;4) 客服回复及时且态度好;5) 售后问题处理得当;6) 赠品多或好到让客户惊喜;

25、顾客的评价要经常留意，因为从顾客的平均中可以看出很多问题，例如产品的问题、物流的问题、客服的问题等等。针对这些问题作出合理的调整，可以提高顾客的满意度。

五、推广

26、推广的核心是点击率。为什么要提高付费推广的点击率?1) 点击率越高的人群意味着需求度越高，最终购买的可能性越大;2) 直通车的点击率越高，质量得分会越高，从而降低点击单价;3) 钻展的点击率越高，点击单价越低。

27、如何提高点击率呢?1) 把自己作为一个真实顾客，设想一下最吸引顾客的是哪些元素?是质量、价格、品牌还是其他的?2) 把吸引顾客的元素提炼成图片和文案，做横向测试，最终选出点击率高的推广素材。3) 在销售的过程中，通过客服聊天及顾客购物后的评语提炼出现更多吸引顾客的元素，同样的方法做横向测试，选出点击率高的推广素材。4) 在推广的过程中观察不同计划的点击率，然后提高点击率较高计划的出价和预算，同时降低点击率较低计划的出价和预算，从而可以从整体上提高点击率。

28、店铺访客价值越高越好。如何提高访客价值?1) 提高客单价;2) 提高转化率;3) 提高回购率。

29、店铺访客成本越低越好。如何降低访客成本?1) 增加免费流量;2) 提高付费推广的点击率;3) 降低付费推广的点击单价。

30、流量成本越来越贵怎么办?答案是 1) 在现有产品的基础上扩充商品品类, 增加客单价;2) 通过增加礼盒、赠品或附加价值等, 提高转化率;3) 通过老顾客维护, 提高复购率。

31、平台旗舰店的推广策略请参考我之前写的一篇文章《年销售1亿的平台旗舰店如何做付费推广》, 目前我最擅长的是大型平台旗舰店的推广, 如果有需要的朋友可以交流。

六、客服

32、客服的响应速度、打字速度、对产品的熟悉程度等是客服最基本要掌握的技能, 如果这些技能没有掌握请先花点功夫做好功课, 这样可以避免出现一些基本的问题。

33、客服的最核心职责是引导顾客下单、跟进售后问题、处理中差评等等。有条件的店铺可以安排专人跟进售后问题和处理中差评。售后客服需要注意的几点 1) 从顾客拍下的那一刻就要开始工作了, 观察一下顾客有没有留言, 对发货有没有特殊要求, 合理的要求尽可能满足, 这是提高客户满意度的第一步, 如果出现问题之后再想挽回就晚了;2) 提醒库房尽快发货, 并且及时跟进物流异常订单, 出现的问题尽快联系物流公司解决, 并且及时通知顾客留意并致歉;3) 顾客收货后如果有问题跟客服反馈, 一定要及时跟进并尽快帮助顾客解决, 如果是因为产品或者物流的原因让顾客出现的损失应尽快给顾客满意的解决补偿方案, 此时唯一的目的就是让顾客满意。

34、做到以上几点仍然可能会出现一些中差评, 因为中差评是很难避免的, 所以建议订购一个中差评提醒的软件, 这样可以在第一时间得到提醒, 此时联系顾客的沟通效率是最高的。跟顾客沟通时, 应该了解清楚顾客为什么会给中差评, 并且尽可能给予补偿以令其满意, 然后再请求顾客修改中差评就会容易很多。根据我的经验, 直接返现金是最有效的解决方法, 开始可以给顾客合理的补偿金额, 如果顾客仍不满意, 可以提高补偿金额。对于大部分顾客来说, 给予合理的补偿后基本都会帮忙修改中差评的。

35、可是可能仍然有个别的买家, 无论你怎么解释和补偿都不愿意修改评价。这个时候怎么办呢?这个时候只能给顾客回评了, 但是一定要注意回评的技巧, 回评中不必跟顾客争吵、也没必要过分解释, 而应该思考一下别的顾客看了这个评价会怎么想?

七、竞争

36、店铺如何应对同行的竞争?答案是 提高自己店铺的利润率、点击率、转化率。原因如下 1) 提高利润率可以让你的店铺每成交一笔订单都比同行多赚一点。2) 提高点击率可以让你的店铺以更低的成本获得更多的访客。3) 提高转化率可以让你的店铺的访客更多的成为顾客。

37、提高店铺的访客价值也可以提高你的竞争力。因为竞争越大访客的获取成本就会越高, 这个是你无法改变的, 但是对于所有的店铺来说, 获得访客的成本相差不会太大, 但是如果一个访客来到你的店铺可以产生比其他店铺更多的销售额, 那么在同样的流量成本下你的店铺的销售额就会更高, 利润也会更高。如何提高店铺的访客价值呢?1) 提高产品的吸引力, 从而提高转化率, 可以让更多的访客成为你的顾客;2) 围绕顾客的需求扩充商品品类, 并且做好关联销售, 提高客单价;3) 把握好顾客的购物频率和活动节奏, 并适时通过CRM系统、钻展、微信等渠道联络消费者, 提高复购率。

38、任何一个行业, 大部分的利润都是属于行业第一名的, 后面的只能喝点汤。那么如何成为行业第一名?答案是 颠覆现有行业或者培育一个细分行业。1) 颠覆一个行业是比较困难的, 但是每个行业又都在不断的被颠覆。2) 如果短期内无法直接颠覆一个行业, 那么可以对顾客进行细分, 只围绕着某一类细分的人群提供更好的解决方案, 成为这个细分行业的第一名。当这个细分行业的顾客非常满意后, 可以

向更广阔的人群进行拓展。

八、数据分析

39、店铺的一切问题都可以从数据中分析出来，从数据出发可以让你找到问题的关键，并且及时作出调整。

40、"支付转化率"是店铺最核心的数据，没有转化率其他的一切都无从谈起。1)"支付转化率"要大于"同行同层平均"，"支付转化率"说明你的产品越受欢迎，访客价值也越高;2)店铺的"支付转化率"是由具体商品的"支付转化率"决定的，想提高店铺的"支付转化率"应该先提高具体商品的"支付转化率"。

41、先提高"支付转化率"再提高"访客数"，会得到事半功倍的效果。分析"访客数"最重要的是分析"流量来源"，分析不同流量来源的"数量"和"支付转化率"，找出"支付转化率"比较高的流量来源并想办法提高，不仅可以提高"访客数"还可以提高整体的"支付转化率"。

42、"客单价"的提升主要靠商品单价和关联销售。1)在同样的流量下，尽可能把流量引导至"单价高"且"转化率高"的商品，并降低"单价低"且"转化率低"商品的流量，这样可以直接提高销售额和客单价。2)优化宝贝介绍、营销活动、满赠规则、客服话术等，尽可能从顾客的需求出发吸引顾客买更多的宝贝，买得越多客单价越高。

43、"DSR动态评分"是反馈商品满意度、物流满意度、客服满意度的指标，这是反馈顾客满意度的数据。1)虽然是3个评分指标，但却不是独立的。提高任意一个指标，都可以促进3个评分的提升，因为在顾客对某一个方面不满意时其他的分数也不会给高。2)商品质量、物流速度、客服付是最基本的要求，做好这三点"DSR动态评分"一般不会太差。3)给顾客额外的赠品和惊喜可以提高顾客的满意度，从而提高"DSR动态评分"

44、涉及到店铺的数据非常多，限于篇幅不在——解释。当你在遇到一个数据的时候思考一下数据的本质是什么，然后再思考如何优化这些数据。

45、最后要留意，有时候的数据是错的。例如预售商品的"支付转化率"为0，此时如何判断商品的真实转化率呢?答案是参考下单转化率"或者直接人工统计预售订单量再除以访客数。

46、上新不要随机上，定期上新，定好时间后要坚持，上新是维护老客最好的办法;上线前做好预热，在微博微淘微信短信都要展开;上新是为了从众发掘爆款潜质宝贝，所以要做好上新后的测款计划;结合柔性供应链，没有得到市场认可的款不要批量生产，以免库存压力过大。

47、投资最重要的五个要领 1、看准一个团队(团队);2、发掘两个优势(优势行业+优势企业);3、弄清三个模式(业务模式+盈利模式+营销模式);4、查看四个指标(营业额+利润额+净利率+增长率);5、理清五个结构(股权结构+高管结构+业务结构+客户结构+供应商结构);

48、单点上的极致突破，往往能改变全局。没有取舍的结果，必然导致全面平庸。毫无疑问，对中小卖家来说，资金有限，资源有限，精力有限，没有品牌，从单品出发重点突破，单品致胜才是核心驱动力;复制爆款成爆款群，带动全店平销;主推款销量稳定，通过关联带动来分导流量。

49、一名好的运营，一定要学会通过现象看本质，在合适的时机做正确的事，凭经验感觉事件的是否合理性，会用数据去快速佐证，让团队少走很多弯路，减少企业的试错成本!能看到竞争对手改了价格，动了标题，换了详情，但看不到改动背后的本质!任何大店背后一定有这样的人，否则再大的品牌也起不来!

50、影响权重的维度越来越多，引流推广也变得越来越复杂。这一切是不是可以化繁为简?一开始就做好定位、选品、定价、测款、老客...然后再去大力推广。换个思维角度，从产品和服务的角度出发去做宝

贝做客户，而不要跟着拼多多变化去单纯玩术的层面，那样猫捉老鼠的游戏只会把自己搞得很疲惫。