

## 杭州淘宝代运营带你了解直通车的权重构成

产品名称	杭州淘宝代运营带你了解直通车的权重构成
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

杭州淘宝代运营带你了解直通车的权重构成

我们都知道，淘宝的流量可以分为付费流量和免费流量两大类，其中免费流量就是没有费用的流量。虽然我们都希望免费流量越多越好，但是付费流量我们平时也是离不开的。付费流量最常见的就是直通车流量了，所以直通车是我们一定要了解。

开车，很多人都会说成烧车。究其原因就是贵，很贵，非常贵。所以如何降低直通车成本也成了每一个卖家都心愿了。我们想要降低直通车成本我们首先要了解直通车，了解直通车的扣费方式还有权重算法。

图1【图片来自淘宝网，仅供参考】

直通车的扣费方式大家都知道（大家可以看上图），然后淘宝通过一些算法让你的宝贝展现出来，当我们掌握这些算法权重，并且按照这些算法权重去优化，想要开好直通车是就没那么复杂了，今天就和大家分享直通车的那些权重算法，以及如何去开好直通车。

.....

## 1、点击率

点击率是直通车的几个核心数据之一（直通车的核心权重就是点击率、收藏加购率以及转化率），在一个新的直通车计划最初期引来的访客很少，成交自然而然就相应的少或者没有了，所以前期的权重核心就是点击率，只要我们可以把点击率做上去直通车的权重就慢慢增加，关键词分也就会慢慢增加，前提是我们的数据不能太少，不能只有100个展现，有了10个点击量，你就能说我的点击率10%了，为什么分数还没有上涨，这是因为我们的基础展现太低了，这个时候就算点击率再高权重也是很低甚至没有的，所有前期选择关键词不能为了点击率选择数据太少的，没有太大作用。

当点击率做好了，我们直通车的访客数据也就慢慢增加了，后面系统考核的就是收藏加购率，所以当直通车关键词做到10分之后我们优化的重点就是收藏加购的数据了，和上面一样的原理，要有一定基础的访客数据，再有优秀的加购率，这个时候才会进入系统的考核。

图2【图片来自淘宝网，仅供参考】

直通车是有计划权重的，所以我们开始是需要提高计划权重的。两个不同的直通车计划是不会相互影响的，但是如果在同一个计划下推广不同的产品，这个不同产品直接的数据会影响计划权重。同一个计划不同时间段推广的产品相互之间的影响会有半个月左右，所以在开车的时候一定要注意，尽量一个计划只推一款宝贝。

## 2、计划权重低

什么情况下说明计划权重低呢？老计划新加关键词时，新加的关键词质量分都是6分7分，这种情况下怎么办呢？这个时候我们可以找一个15天以上没有任何数据的直通车计划，然后找一个行业性价比高的产品，一

般那种图片很好但是价格低于同行的都是性价比高的产品，然后做几个简单的销量评价，用这个产品去开直通车，这个时候因为性价比高，所以客户点击率也就会很高，我们很快就能积攒初始的权重，让直通车上10分了，然后产品设置一个收藏加购送礼品的活动，来增加收藏加购率，维持几天整体数据稳定了，就可以删除这个产品去推广另外的主推款，这个时候你就会发现新加的词都是8分9分的了。，还有一个简单的方法，就是新建一个计划。

图3【图片来自淘宝网，仅供参考】

老计划重做时，要注意以下几个点：

第一：这个产品只是为了前期铺权重的，所以不需要太大的递增了以及太多的预算，只要能保证上10分就可以。

第二：如果我们找不到性价比太高的，可以选择找一个产品少量的赔钱来做，因为我们需要的只是点击率和收藏加购率，所以不需要太多的订单，并且前期也不会有太多的订单，所以不会赔太多钱；

第三：养权重的产品一定要和主推的产品有很高的相关性。

第四：主推的产品怎样优化图片点击率就是上不去，这种情况是经常会遇到的，一般这个时候就不是图片的问题，而是产品定价的问题，这个时候我们可以找和这款产品相同的款式，但是价格要相对低一些的产品加到这个产品里面，然后图片还是用现在的，但是产品的露出价格可以是另一个产品的，或者给这个产品做个吸引人的活动，比如说买赠、满减之类的，等直通车数据上来之后我们就可以取消或者减弱活动的力度了。

### 3、直通车位置影响

直通车的所谓的坑位也会影响数据，这里说的位置并不是单纯指的排名。打个比方说产品所处的位置很高，但是周围的产品都是那种图片和我们差不多，但是价格比我们低或者活动比我们有吸引力的产品，这个时候我们展现虽然很高，但是点击率不会很好的，这个时候我们应当去观

察一下自己所处的位置，然后看一下周围出现的产品，找到最适合我们的位置，然后选择涨价提高排名还是降价降低排名。还有就是我们位置太低造成的，这个时候我们就要通过提高出价的方式来提高我们产品的排名，怎样判断是位置太低造成的呢？

图4【图片来自淘宝网，仅供参考】

这个是通过我们出价的时候来看的，如果我们现在的出价不能出现在前20的行列里面，并且点击率还很低，那就是位置太低造成的了，这个时候就要我们去提升出价了。提高出价的时候要注意把产品的匹配方式改成精准匹配，并且设置好自己的日限额还要随时观察，避免出现不必要的损失。

#### 4、关键词精准度

关键词的精准度，不仅影响了我们的点击率，而且对转化率的影响也是很大的。所以我们不能单纯的因为某些词的数据好，就很牵强的放在我们的标题里，或者用作车词。对于车词的选择我们在直通车养权重的前期一定要选择精准的长尾词去推广，我们绝对不能选择那些竞争很大，需要很高的出价和很高的权重才能得到一个好位置的关键词，这种关键词我们初期是很难优化起来的。等数据好了以后，我们在添加大词。

#### 5、车图和关键词的匹配度

直通车数据的好坏与选择的关键词和图片不匹配也有很大关系。比如我们选择的关键词是运动休闲类型的，但是做出的图片是偏向潮流风格的，这个时候点击率也不会太高的，所以在产品拍照和作图之前一定要定位好产品的风格和人群，然后通过产品的风格去找要用的关键词，这个时候去做推广的时候才会起到一个事半功倍的效果。

其实直通车有时候我们开不好并不是因为我们技术不好，而且在初期的选择就出问题，然后就会造成后面怎样也优化不好，正所谓选择不对努力白费。