

杭州淘宝代运营告诉你，新链接如何打爆手淘首页流量

产品名称	杭州淘宝代运营告诉你，新链接如何打爆手淘首页流量
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

杭州淘宝代运营告诉你，新链接如何打爆手淘首页流量

在智能机的环境里，手淘流量在淘宝流量构成里占比非常大，甚至可以说手淘流量占主导地位的当下，手淘搜索流量和手淘首页流量是两个很重要的流量入口。其中手淘搜索流量顾名思义，就是传统的搜索关键词进店的流量，这类流量的特点是流量精准，转化率高。而手淘首页流量是指通过手机淘宝首页各个入口进入到店铺的流量。比如淘宝直播、淘抢购、有好货、爱逛街、ifashion、猜你喜欢、每日好店、必买清单等等入口获得的流量，此类流量的特点是爆发力度大。淘宝现在采用千人千面的机制，即使卖家自己在手淘首页看不到自己的店铺或产品，系统也会根据买家的喜好推荐相关的产品，你的店铺就可能出现在这些买家的手淘首页。

图1（图片源于淘宝网，仅供参考）

手淘首页的流量也就是所谓的个性化流量，大多是来源于淘宝大数据的抓取推荐，他是基于店铺、产品及买家的标签，个性化推荐高度需求的

卖家。那么新品如何在手淘首页中获取更多的流量，进而成交转化呢？我们需要从多个渠道进行操作。

.....

一、形成新品标签

个性化流量的推荐，肯定有其推荐机制，现在手淘首页流量的获取，是基于店铺及买家的标签相匹配的原则。我们打开手机淘宝，会发现手淘首页会推荐大量的宝贝，这类宝贝的推荐是基于什么机制呢？当一个买家打开手机淘首页的时候，什么样的产品会优先展示在相对应的买家面前呢？注意：是相对应的买家，因为淘宝是千人千面的，你的产品属性跟买家的标签属性越吻合，产品出现的机率就越高。所以，店铺标签和产品标签越明确，那么你能获取到的手淘首页流量就会越多。开始的时候可能不精准，但也不用担心，搜索引擎会自己去调整的。

图2（图片源于淘宝网，仅供参考）

1、老店铺上架新品

正常情况下，对于老店来说，只要是一直在正常运营，每天有一定的流量和转化，店铺就有了一定的标签。比如韩版风格、低价、高端、适合大学生人群等等。这个时候，老店上新品时，新品的标签很大程度上会受到店铺标签的影响，搜索引擎在推荐流量时，也会更多地去推荐一些符合你店铺标签的流量，而不一定是符合你产品标签的流量。

举个例子：比如你店铺一直销售的都是韩版女装，主推产品也都是韩版，长期下来，你的店铺就会被打上“韩版风格”的标签。某段时间欧美的衣服可能更赚钱，你上了欧美款的衣服后就会发现，这几款新品刚开始有一些流量，然后流量会越来越差，几乎也没有转化。为什么这样呢？是因为这几款宝贝因为店铺标签的原因，被推荐过来的流量是“韩版风”，而实物并不是。

所以，如果你的店铺标签已经明确了，不要随便上一些风格不同的产品

；如果店铺的价格标签已经明确，就不要上一些价位相差很大的产品；如果店内的产品是适合宝妈的，不要尝试上一些适合大学生的产品。总之，上新产品要与店铺标签整体做到统一，才能不浪费已有的标签流量。

2、新店铺上架新品

标题是根据一定数量的访客才会产生的，所以标签的形成是一个长期的积累过程，是通过不同的买家浏览、收藏、加购、购买、回购、分享等等，这些都是形成标签的重要因素。比如你的店铺经过一段时间的运营，90%以上的买家都是宝妈，那么店铺就会被打上“母婴用品”的标签。这里会有一个权重大小的区别。一般情况下：回购和分享的权重大于单次购买、加购、收藏和浏览的权重。但是新店新品是没有固定客户，而且因为开店时间较短，访客及流量很少，所以标签很少，那么新店新品如何形成标签呢？下面我就和大家说一下。新店新品的标签形成主要取决于两点：

标题的构成：

关键词进店是产生标签的很重要的一个因素。买家通过关键词搜索找到自己的目的产品，而标题就是这媒介。一个好的标题要围绕某一个核心的关键词来进行书写，比如你是卖外套的，如果你的标题都围绕着“韩版”这一核心属性来写，那么你的宝贝更容易被打上“韩版风格”的标签。这样并不意味着这个产品的其他属性（如显瘦、加厚）不能写，而是选择长尾词时要围绕韩版来进行。

图3（图片源于淘宝网，仅供参考）

属性词：

店铺产品的属性越明确，标签就越明确。换句话说来说，就是做到统一。店内产品最好风格一致，价格水平一致（依产品而定，半袖和外套不具有可比性），这样标签更容易形成。

二、直通车获取手淘首页流量

手淘首页的主要流量是通过首页的“猜你喜欢”页面进来的，“猜你喜欢”的流量一方面来自于手淘的个性化推荐，另一方面是来自于直通车的定向推广。直通车付费推广，是最快速最有效的方法，但是需要一定的资金支持，而且需要一定的直通车推广经验，不太适合新手卖家。在淘宝直通车的推广计划当中，我们可以设置人群溢价比例，对我们需要获得的首页流量的人群做一个定向的推广。

三、优化主图点击率

新品期宝贝的点击率直接反映了买家对于宝贝的喜好度，所以在宝贝初期，只要你的点击率高，你的流量不会差，所以新品上架一定要做好主图的优化。主图点击率需要直通车来测试，做几张主图，分别放入直通车里测试。这里不分PC和无线，大部分创意图PC端点击率高，无线端的点击率也高。把测试出点击率高的图片放在主图上，保证产品点击率高于同行。

最后，给大家提供一个小技巧：淘宝店铺产品主图第五张建议做成白底图，天猫店铺第二张做成白底图。官方规则中，手淘首页的有好货、必买清单、ifashion等入口的第五张主图必须是白底图（猫店第二幅），猜你喜欢的入口没有强制规定，但还是建议买家将第五张图设置成白底图，淘宝类目的小二会从商品第五张图抓取白底图，放入手淘首页白底图库，也就是说这样设置进入手淘首页的流量池的几率会大增。注意白底图不是jpg格式而是png格式。拉升流量的方法有很多种，希望大家能结合以上分析，哪里不足补哪里哦！

杭州淘宝代运营：www.vptao.cn