

# 杭州拼多多代运营 直通车场景推广该怎么推

产品名称	杭州拼多多代运营 直通车场景推广该怎么推
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:五对一 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

今天给大家分享的是拼多多场景推广的知识，虽然搜索流量渠道相对于场景推广，会更加精准，但是场景会比搜索更快地扩张流量。

之所以有些商家会觉得场景推广效果不好，主要是两方面问题。

第一，很多人开场景推广都会选择ocpx，但是智能推广会有一个问题，就是我们只能根据投产去调我们的出价，但具体哪个资源位，哪个人群好，却看不到相应的数据，没有数据反馈，就很难再进行优化。

第二，场景推广的产品要求会更高，如果链接基础不好，那在场景曝光了一波流量之后，就没有然后了。

这里给大家简单说一下搜索和场景的推荐逻辑，搜索推广是人找货，场景推广是货找人，当人找货时候，人是知道想要什么产品的，但是货找人，系统会有两种匹配方式——人以群分和物以类聚。

也就是我们想要提高货找人的效率，一是从自己店铺人群入手，二是不断优化相似商品定向。但如果我们开智能计划的话，这些板块都不太好调整，所以今天给大家带来的分享，会更偏向于场景自定义开法。

接下来，我们就从建计划过程中，一一和大家说一下场景推广自定义的注意事项。

## 1、建计划

我们可以在商家后台——推广计划中，找到多多场景，点击新建计划。

## 2、分时折扣

计划名称虽然不重要，但是大家最好建立的规范一些，比如3.2球鞋推广（时间+产品），这样当我们后续调整优化的时候，会更加清晰。

推广方案选择自定义推广，时间折扣和搜索计划一样，0-6点不开，其他时间段80%折扣，0-1点，这个时间段大家可以根据推广数据选择溢价，毕竟现在夜猫子越来越多了。

## 3、基础出价

选择推广产品，基础出价设置0.1。便于后期调价，

## 4、资源位

四个资源位都选，特别是我们前期不知道那个资源会比较好的情况下，当有了数据，才能帮助我们更好的判断。

溢价话，大家可以按照市场平均溢价去出，因为基础人群出价我们已经压低了。

不过这里提醒大家一点，只有特别类目的产品，营销活动页效果才会很好，所以我们一般把溢价直接压到最低0.1。但是就算不好，这个资源位溢价也必须开，如果不开，流量会直接跑到基础人群里面。

## 5、人群

人群分为智能推荐人群和平台定制人群，一般平台定制人群不开，这个和营销活动页一样，也只有特别类目产品效果会比较好。

我们重点分享如何去设置智能推荐人群。

相似商品定向：浏览或购买过相似商品的用户

商品潜力人群：具备高潜力浏览、收藏或购买我的商品的用户

访客重定向：浏览或购买过我的店内商品的用户

相似店铺定向：近期对我的店铺的竞品店铺感兴趣的用户

叶子类目定向：近期有推广商品所属叶子类目行为的用户

其中商品潜力人群和访客重定向可以当做是店铺自有访客的收割，相似商品定向和相似店铺定向可以当做是竞店访客收割，如果链接标签不精准，那无论是店铺自有人群还是竞店都没办法高效收割。

因为我们要清楚，虽说低客单消费者购物犹豫期会缩短，但也不是说这个犹豫期它不存在，当消费者浏览了我们的产品之后，却看到竞店产品的展现，造成销售额流失就得不偿失了。

叶子类目定向，这个更多的是我们在扩大流量的时候才会开一些，看一下效果，前期的话以店铺和竞店人群收割为主。

如果觉得上面说的太复杂，那我们就每个人群溢价都按照平均溢价，或者比平均溢价稍低去出，后面点击、投产好的数据就让日限额多一些，不好就可以降低溢价或者关掉。

## 6、自动调价和创意

自动调价我们不开，创意直接开智能，前面已经说了，如果用多多场景推广的话，一般链接都有了一定的基础和人群标签，如果图片还没测出来，大家可以用多多搜索测图完之后，再配合场景推广。

虽说多多场景也有静态创意，但是不建议大家用场景去测图，因为曝光基数太大，很难通过点击率来判断图的好坏。

## 7、完成

创意设置好之后，点击完成就好，那我们一个标准多多场景推广计划就建好了。

## 8、调价与优化

我们计划建好之后，就可以根据反馈的数据，来进行优化调整了。

根据我们前面建的计划，每过1-2小时把全体人群溢价上涨0.05-0.1之间，各定向和资源位溢价不变，当某个定向出现大量曝光的时候即停止调整全体人群出价，这个时候全体人群即为合理的场景推广基础出价。

接下来我们就可以根据各个资源位和人群跑出的数据来调整溢价，避免日限额都烧在某一人群和资源位上。当计划跑个3-5天，权重养上来之后，就可以尝试降低基础人群出价，让推广花费性价比更高。

好了，以上就是今天所分享的多多场景推广计划建立以及操作过程中的注意点，但也要和大家说一下，上面只是常规操作手法，比如我们搜索计划人群优化到位，可以直接配合场景ocpx去跑。不过所有的设想都需要用数据去验证。