

如何做好店铺不同阶段的产品、人群和店铺标签？以及个阶段的影响 拼多多代运营

产品名称	如何做好店铺不同阶段的产品、人群和店铺标签？以及个阶段的影响 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

最近一段时间在帮群里的兄弟做店铺诊断，发现一些问题，大家在最基础的人货场和系统底层逻辑都没有理解透，今天我分几点帮大家梳理一遍。

目前店铺的标签基本分为：产品标签、人群标签、店铺标签。

产品标签：

- 1、产品上架：发布的类目、属性、关键词、材料、风格等形成了一个产品初始标签。
- 2、产品上架之后：浏览、收藏、拼单的初始买家自身带有的特定属性又形成了产品的标签。

比如一件白色连衣裙，白色、短款这些产品属性可以形成最初的产品标签，但是后续进店访客，都是喜欢可爱风连衣裙的顾客，那慢慢的这个产品也会带上可爱这种描绘属性词。

人群标签：

- 1、买家的特定属性：性别、年龄、星座、地域、账号等级和信誉等。
- 2、买家最近的搜索、浏览、收藏、拼单记录等；
- 3、买家订单属性：产品的客单价、类目偏好、风格特征、购买频次、购买渠道等；

店铺标签：

- 1、店铺产品的标签和店铺浏览收藏拼单的买家综合在一起又形成了店铺的标签。
- 2、当产品的标签和店铺的买家标签重合叠加之后，俗称交集；这样的系统推荐标签最为精准，同时这样的免费流量也是最大的。

大家都知道现有的系统是根据千人千面来做流量派发的，那我们新品是没有标签的对吧，那这个时候系统会根据你的标题跟商品属性给链接产品匹配一定的流量，测试数据。

也就是为什么，标题跟属性要准确填写的原因！这是我们拿到第一波流量的关键！测试流量的关键！

当我们链接的产品标签有了，人群标签没有确定，那我们是不是可以通过精准关键词来反向圈定我们的人群，因为关键词代表了人群的购物需求，那我们直接用长尾词来确定我们的人群，获取精准曝光。

同时主图也需要做出相应的卖点，来吸引这部分精准点击流量，时间控制在7天左右，前期系统不会过度考核数据的量，这期间以出评为目的，不需要过多的单量。

比如下图，作为消费者，你想购买一个超轻的眼镜框，你会选择第3,4这两款商品吗？

完成上面这些事后，差不多就该开始收货评价了，在评价买家秀的选择上我们也需要去围绕前期做的关键词做出相应的展现，来收割这第一波流量，把产品的精准人群确定下来。

周期在14天左右。

然后我们就可以去做场景入池，用ocpx或者自定义来做都可以（我个人喜欢自定义，推广策略可控）。

这里一般来说我们的数据量放不大，因为针对的人群足够精准，但是覆盖面较少，也就是转化率高，曝光量少。

所以我们想要更多的流量，更多的订单需要怎么做呢，放大你的流量词，增加覆盖面更广的创意，来增加人群受众，但是相对的流量精准度会有一定下滑，导致转化率下滑。

这里建议，做计划矩阵，原有的精准计划不动，通过新计划来做增量，避免影响老计划产出表现，同时标题也需要去做好相应的seo优化，可以根据第三方工具抓取我们没有的流量关键词，来做修改。