

代运营拼多多饰品新店90天月销售破 200万靠谱拼多多代运营广州拼多多代运营

产品名称	代运营拼多多饰品新店90天月销售破 200万靠谱拼多多代运营广州拼多多代运营
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	
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

一、准备期：完善视觉基础和商品分层

店铺是2020年12月11日开店，12月底正式上架货品开始运营，12月底至1月初进行了店铺货品和视觉的基础准备，风格饰品店铺对视觉冲击的要求是非常高的，要做一个好的饰品店铺起步必须是从视觉端抓起，否则点击率都不高的店铺就算有曝光流量也很难涨，所以商家开店初期选择先把店铺所有有关视觉的事情全部理顺并开始优化，确定了店铺风格，同时在货品上进行了规划，店铺主推款，动销款，基本款，在一月铺货六百余款，货品规划上尽量可以形成盘货的关联动销，在品类上同时进行了调研，拼多多每年3-6月耳饰为热门类目，选择热门类目容易突破，重点布局了耳饰品，这样可以在春季实现快速突破，这个也为从0-1 90天实现破月销200万的基础，

二、运营期：新店破0 -流量获取的方法和途径

1. 打爆款：刚开始接触拼多多的运营确实是有点一头雾水，在类目小二的帮助下得知，多多前期获取流量快的方式是通过活动，和以前做淘系的方式大有不同，活动端是可以快拿到公域流量的，可以让商品得到海量的曝光，沉淀流量基础，做好饰品关键还是在于提高整店的动销，所以我们针对主推的爆款 动销款 和新品 去匹配参加不同的活动，新店首当其冲关键的还是如何让破冰来获取流量，步肯定是打爆款，这个在任何平台都是不变的逻辑，当时在小二的推荐下去参加了百万爆款计划，对于一个新店来说这个活动确实效率是高的了，不要求基础销量，不计入低价，时间周期半个月，效率高

这个活动对于新店打爆款来说 真的是重大利好的，不计低价，要经历几个阶段 品牌- 汉诺塔售罄 - 小货值- 小货值续杯- 大货值 一套下来是花了有 15天的时间
单品在小货值续杯的阶段比活动前涨了200倍！！！！

2.推广端：

店铺在货品数量和货品规划，打造店铺流量款完成初期布局后从1月中旬-2月便开始了付费推广，测款的同时获取店铺DMP人群画像，通过多多搜索测款：店铺重点主推商品单元日限额200，周期5-7天测主图、测关键点击、测试点击率、测人群 推广消耗满5000开启DMP人群投放在这个过程积累权重和流量然后通过多多场景把多多搜索测试出的人群进行场景收割，另一方面甄选出点击率和转化率都优异的单品也为报活动和直播选品提供了更清晰的思路，让活动效果和直播效果有大的提升。

推广端：主要定位店铺主推款和潜力款，计划启动前先对商品主图和关键词进行测试 3%为达标主图低于 3% 继续优化，关键词以3% 为达标，低于3% 继续提高出价获取高曝光配合主图优化提高关键词点击率 前期重在流量的获取，整体策略上多多搜索主权重和流量

的打造，再利用多多场景来收割，饰品类目关键是要提高客户的可逛性，前期用多多搜索围绕商品、店铺、行业、平台 四个维度下的11个人群进行测试 开始10%溢价进行测试，逐步对高转化人群提高溢价，剔除不转化人群，后期围绕测试好的人群利用场景化收割，现90天周期多多搜索 平均roi 在 1.94 多多场景平均roi 在2.59，付费推广的核心策略为多多搜索打人群标签和权重 然后在用多多场景收割。

3.活动端

前期通过百万爆款计划打开了流量口子，用推广承接了一段时间日销，在日销稳定趋于上涨的同时 开始筹备做店铺的动销，对提高店铺的动销来说，我们发现在拼多多有很多活动可以去破0的,我们根据商品的特征去匹配了不同资源位，新品铺到了领券中心 性价比高的商品铺到了9块9活动，有爆款潜力的商品铺到活动增加曝光，根据前面推广下来的爆款，继续开发可以关联起来的 继续参加百万爆款计划，尽可能让店铺的所有商品都可以获取到流量

4.直播端

利用直播端口开始对直播间进行搭建，组建直播团队以及直播产品的选品，直播流程设计（暖场，建立客户共鸣，饥渴营销）通过直播入口来开拓店铺的自然流量入口和提高全店动销，从而提高全店的平均支付转化率。直播间的设计要有特点和有品牌调性，主播的配置也同样讲究是否与品牌理念相符合，在玩法上多设置直播福利品和直播专享券，多与观众互动，从而获得更多的弹幕数量和更高的停留时间，提高直播间权重，积累到一定的数据后开始分析直播间的人群画像和风格偏好产品，为后期的直播选品定好方向。

提升全店转化率的方法：

（1）热销品的主图和详情页优化

将流量占比高的商品的商品主图和详情页利用前期积累的人群数据和成交数据将图片优化到，从而提升店铺占比高权重产品的核心转化率

（2）付费推广的优化

通过优化搜索关键词、出价调控、人群溢价等维度从而提高搜索和场景的投入产出比

高流量品释放价格和制造关联销售

找到高流量低转化，拉低整体转化率的品，通过释放产品价格在保证不亏损的程度上调控和同一链接里放多SKU制造关联销售

（3）设立分享券

在释放价格后客单价肯定有所降低，为了提升客单价，和引导买家进行单品的收藏与分享，需要设置收藏领优惠券，满减、折上折、消费返现、分享返现等大化的利用客户的价值。

3. 供应链保障

随着店铺的发展和销量的快速增长，供应链是否能稳定应对成为了一个很关键的因素，因为活动中的商品是不可以修改库存的，而一旦连续出现逾期发货，超卖缺货等物流问题，轻则被平台罚款，重则直接下架资源位，特别是像我们饰品类目的商家，由于商品款式众多，所以供应链和仓库的度是必须要引起重视的一个问题，否则店铺难以长期发展。