

如何使用拼多多直通车？多代运营。拼多多店铺代运营100单后收费是骗局吗

产品名称	如何使用拼多多直通车？多代运营。拼多多店铺代运营100单后收费是骗局吗
公司名称	杭州臻广科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	杭州市钱塘新区4号大街
联系电话	18966166821 18966166821

产品详情

拼多多直通车推广15个技巧

1|每天的推广数据，什么时候更新？

一般第二天8点前更新，有时候系统会有延迟。

2|推广结束后，排名会不会下降？

推广结束后会恢复自然排名。

3|为什么出价没变，曝光和点击变动特别大？

除了出价外，商品质量分的变化，以及他人出价的变化（排在你前面的人降低了出价）都会引起排名的变化，进而引起曝光量变化，商家可以相应地的调整出价。

4|新店可以一开始就做直通车推广吗？

推广排名会考虑商品的质量分，所以建议商品有基础销量再做推广。

5|付费推广能把产品推到首页位置去吗？

目前，任何活动或者推广只要转化高都有晋升到首页的机会。

6|直通车推广词，只能50个？

系统推荐+自主添加，每个商品60个关键词。

7|推广关键词能修改吗？

不管是系统推荐的还是自主添加的关键词，都可以添加和删除。

8|推广点击转化不高，会不会影响到自然排名？

该商品在推广位上的转化不会影响到自然排名。

9|为什么不能使用拼多多店铺推广了？

限制推广，是由于使用推广服务的商品或店铺因违反拼多多店铺推广规则、滥发信息规则或其他平台规则，或因店铺（商品）服务质量不达标（品质退货率、介入率、纠纷率、客服回复率、物流服务率、店铺dsr、商品评分、用户评价等），会显示限制推广状态，请先优化店铺（商品）各项指标再进行推广。

10|场景推广的报表监控是什么？

场景展示推广具有独立的报表页面，方便用户全面监控和分析推广的投放效果；同时，场景展示推广的数据也将汇总在账号整体报表中进行查看。

11|拼多多搜索推广和场景推广，是怎么扣费的？

1) 搜索推广扣费公式为：扣费=（下一位的出价*下一位的质量得分）/自己的质量得分+0.01元。下一位的出价和质量分是用来算你的扣费的，这个是系统计算好的。排名还是由自己的出价和质量分决定的，所以您需要把重点放在自己身上，觉得这个词在您眼中值多少钱就出多少钱就可以了。

2) 场景推广扣费：采用CPC扣费模式，即按点击付费（展现不扣费）。

12|为什么推广计划暂停了，推广账户出现负数？

扣费扣完了推广计划自动暂停，暂停的时刻存在消费者还*到了广告位置的商品，所以会有欠费情况，但是只有暂停的那个时刻会出现这种情况，所以不会欠费太多。

13|拼多多广告平台推广会在 H5 商城上展现吗

会。展现位置：手机 app（安卓，ios）、h5 商城

14|类目频道页面展现时，目前是千人千面的，有什么技巧可以将产品推广到类目频道？

千人千面的展示是把控不了的，但是提高商品质量分可以提高排名，增加展现机会。

15|拼多多推广排位是千人千面？

推荐场景和搜索分类页都有千人千面，搜索场景没有千人千面。

如何开直通车

步：提高商品的销量

相信大家都知道这一点，没有销量的商品，你想要提高它有流量都很难，跟何况要开直通车呢，对吧？不说新品破零很难，其实拼多多给了我们很多新品破零的渠道，例如拼多多的新品活动，还可以将商品分享给你身边的亲朋好友帮忙破零，有了基础销量过后，就可以开直通车了。

第二步：优化好产品描述

当商品有了基础销量了，我们也不要着急去开车，否则翻车是分分钟的事。我们应该先看看排名靠前的同行的商品标题，主图，详情页，文案等方面是怎么做的，然后根据店铺的实际情况，做好商品的详情页，产品详情页不能夸大描述，被投诉了的话，罚款可不是开玩笑的。

第三步：开直通车

我们在开直通车是，一定要根据自己的资金实力去设置。在直通车计划创建好之后，系统是会自动推荐一些宝贝相关的关键词的，千万不能偷懒，一定要看好这些关键词的数据，删掉那些太长尾的关键词和星级低的关键词，如果关键词不够的话可以添加一些相关度高的关键词。

第四步：设置关键词出价

一开始的时候，可以根据自己店铺的实际情况从几毛钱开始，过一段时间后可以看一下它的展现量与点击量，如果一开始没有展现的话，我们需要继续加价，知道有展现为止，然后停止加价观察点击率，这也是加价参考的一个方面。在前期推广的时候先不要管直通车的投产比，重点关注商品的点击率，只有这样才能让直通车开起来！！

拼多多场景推广出价主要有这“三部曲”：初始出价，进阶调价，拖价降PPC。

步：初始出价：初始出价主要是为了找到适合推广商品的全体人群出价，调价方式为全体人群出价0.1元然后把所有定向和相关兴趣点全部溢价为10%，所有资源位溢价为10%，每过1-2小时把全体人群出价上涨0.01元

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，这个时候的全体人群出价即为合理的场景推广基础出价。

第二步：进阶调价：当找到合理的全体人群出价之后，我们进入进阶调价阶段，进阶调价的目的是为了获得各定向和资源位的大量曝光。我们保持全体人群出价不变，资源位溢价不变，观察定向的曝光情况，无曝光的定向按照1-2个小时上涨10%，直到出现大量曝光再停止定向涨价，继续观察定向和资源位的曝光和点击情况。同时优化创意推广图及创意标题的点击率，前期推广可能roi不够高，不能太着急，场景推广有3-5天的曝光和转化滞后期，在曝光持续稳定3-5天左右，我们可以进行第三步来降低PPC。

第三步：拖价降PPC：在我们通过初始出价和进阶调价之后，我们已经获得大量曝光的基础上，我们通过第三阶段的调整来降低PPC，提高我们的ROI。降低PPC我们主要针对的是有大量曝光但是ROI不理想的资源位，在我们保持全体人群出价和定向不变的基础上，每过1-2个小时降低有大量曝光的资源位溢价1-5%，一定要记录好每个时间节点的曝光情况。关注曝光是否下滑，如果曝光有大幅度的下滑，即停止降溢价并且稍微回调稳住曝光量。

云首坐落于电子商务之都-杭州，主要提供杭州拼多多代运营、拼多多代运营、电商代运营、网店托管等服务，杭州拼多多代运营；注册资金1000万，上市公司投资，是一家专门为品牌客户提供一站式电子商务解决方案的网络营运服务公司。我们的优势：

一.3年磨一剑，只做拼多多运营，创始人是原上市公司零售体系高管，我们更加了解新零售背景下的线上线下相结合的布局玩法；拼多多是一家集整个电商服务产业链资源为一体的资源整合型平台公司，现在电商流量碎片化，多维度空间做整合了一些电商方面的资源；二、电商品牌孵化运营服务的公司，公司成立以来，先后参与慈溪家电产业带，清河羊绒产业带，织里童装产业带，大唐袜类产业带等国内产业带源头的运营咨询孵化服务，天猫官方产业带活动，与多家产业带及天猫上下游服务商体系合作并达成了重要的战略合作伙伴关系；

三.拥有老花镜类目TOP，车品，童装，孕妇装，儿童家具、女装等孵化案例，实现商家，行业和拼多多三赢的局面！四、先后与视觉、短视频（跟屁虫）；mcn机构（如涵）、网红达人（李佳琪、薇娅）等、品牌策划的汤臣杰逊，客服企业外包上海网萌，与我们是战略合作伙伴，通过这些更全面的资源输出能够更全面的服务商家做到更大价值的市场输出，让产品能更大的释放声量；现在是颜值经济，差异化竞争；所以好产品更需要好视觉，现阶段线上运营，内容权重越来越高更多的大商家大品牌主要都是通过产品类容取胜，需要做到以下3点。

- 1、产品内容化（让产品会说话）
- 2、购物场景化（针对需求场景的体验更能刺激消费者的购买欲）
- 3、运营系统化（做让认可的数据）

所以在电商板块的任何服务及资源找拼多多可一步到位，全面解决电商板块所有问题；

使命

助力中国质造，成就中国品牌

愿景

做受信赖的品牌孵化平台

价值观（拼多多六君子）

感恩、担当、创新、内观、激情、共赢