

拼多多运营爆款如何打造 拼多多代运营

产品名称	拼多多运营爆款如何打造 拼多多代运营
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

我们做爆款的目的是什么？

是为了让我们通过爆款赚钱，通过爆款引来的流量带动其他产品赚钱。并且是持续稳定的赚钱。而我们做爆款需要的流量就是自然搜索流量。

所以看到很多新人朋友盲目的拿直通车，拿淘客去怼销量的时候。我感到很焦急。这样有什么用呢？对于新品来说，你本身的权重为0。而淘客和直通车能带给你的自然搜索权重也很少，所以很难给你带来持续稳定的自然搜索流量。那么这样的“爆款”有什么意义！

不要把目光盯在付费流量上面，我们一直倡导卖家重点研究的就是自然搜索流量，这个才是我们去做爆款的主要动力。对于小白卖家而言。怎样去拉升我们的自然搜索权重，进而拉升我们的自然搜索排序，带给我们稳定的自然搜索流量是我们迫在眉睫的事情。

流程1：选品

对于准备开店的商家来说，选品方法如下：

(1) 市场分析和自身情况，确定主打品类。

(2) 行业市场和京东平台市场和品类分析：根据所在行业市场形势和需求，以及各主要电商平台销售情况，京东平台及其竞争对手top卖家分析，各品类竞争分析（数据可咨询运营，或者查看京东商智，并分析各品类1~3页产品，重点关注此搜索结果页产品），确定主打品类优先顺序（1~3个）。如图所示，为京东商智的市场分析功能，包括行业大盘、商家榜单、行业关键词、品牌、属性等。

3) 卖家自身分析和准备：包括产品供应链、运作资金、团队人员情况分析等准备工作。

对于已经开店的商家来说，可以分析经营数据，找出重点培养的品类单品，借力：京东商智、UV、转化率，建议选1个主推，2~3个辅助款，如图所示。

流程2：测款

在选品过后商家需要进行试推选款的一个工作，其目的是：通过一段时间的示范性推广，获得商品的市场推广数据，通过数据对比从预推款种筛选出主推款，测款的方法可以有如图所示。重点操作建议为：测试单品转化率+京准通爆款筛选。对于非标品来说，我们要从选款就开始筹备。因为不是说所有产品尽力去推，都能够打造成爆款的，一款产品是否能够成为爆款，要先确定这款产品是否有具有爆款的潜质。

一般来说我们是通过拼多多的搜索推广去测款、测图，通过产品的收藏率、点击率来判断这款产品是否受到用户的喜爱，以及是否能够吸引用户下单。

但我这边教大家一个办法，能够更高效地选择出主推款，那就是借鉴爆款。当然，这个爆款不是借鉴拼多多内的爆款，而是在其他电商平台中选择。如果在拼多多平台借鉴爆款，我们本来就是借鉴，就会与爆款本身产生流量的冲突，很难竞争得过竞品，就只能获取该爆款剩下的流量，流量基础就少了很多。

借鉴爆款的优势，再结合我们店铺自身特点打造出的产品，有很大的概率能够获得用户的喜爱成为爆款，我们的主推款也就确定了。当然，即使是借鉴的产品，在上新后我们也还是要对其进行测款测图，以数据来说话。

如果是标品的话，那就不用测款，直接测图就好了。

流程3：内功提升

店铺的内功提升必须做好，如图所示，为其目的和要点。

(3) 详情页布局：合理的详情页面结构包括相关商品的推荐和主推款海报、卖点及其亮点展示
流程4：营销推广

内功提升同时，全店为主推款集中引流，提升销量和累积好评，推广策略如图11-16所示。此时，可以增加京东站内、站外的推广力度，为主推款锦上添花。

流程6：调整优化

打造爆款过程中，商家需要随时监控后台数据，如图所示，分析所采取的方法是否有效果，并及时作出相应的调整和优化。总结经验，为下次活动的开展制定更科学的方案，为店铺的发展奠定良好的基础。

流程7：总结经验，爆款迭代

一、产品前期

在上架产品之前一定要做好你的产品内功——标题，主图，详情页，营销。这些东西很基础，很多卖家都非常了解，稍后我也会整理一下。

在产品上架之后，步就是积累你的基本权重，没有权重买家是看不到你的产品的。买家搜索某一个词的时候，你被淘宝展示的前后是由你的权重决定的，特别是你的关键词权重，你的关键词权重高，那么买家在搜索这个词的时候你的产品就会被排在前几页。获得很大的曝光机会。

而关键词权重要想积累。途径就是买家通过搜索你这个关键词，并且看到你的产品，点击进店，这样就会产生一定的权重。如果买家下单成交了，那么权重提升就很大了。

而之前也说了新品是没有权重的，自然很难被真实买家看到，那么这个时候我们好的方法就是去找到“真实买家”，也就是我们的刷手。这也是我们明知道刷单有风险也要刷单的原因。

当然风险也是可以规避的，这里就要注意方式方法了。并且要关注你行业的数据和你店铺的数据。简单粗暴的刷单方式早就过时了，你现在用那么只能是被抓。关于这点这里就不多说了，不会的私信我找我来要一节教程。

这里提醒一下，对于前期的关键词基本权重积累你应该把目光放向长尾词，因为这种词虽然流量比较小，但是竞争也较小，而且特别，非常适合我们前期操作。比如“真丝连衣裙女2018新款”这种就叫长尾词。重点参考你生意参谋的数据，选择人气不错而且竞争相对较小的词来操作。

二、产品中期

这个时候你通过前期的“人为操作”已经具备了一定的基本权重，直观的就是你的自然搜索排序靠前的。可以在前6页甚至更前面找到你的产品。那么这个时候你就可以着手去操作你行业的二级词了，因为二级词甚至是一级词这些东西才是你后期引流的主要途径。如果说你在中期没有操作起来，那么后期你是很难有一个爆发的。并且在中期的时候我们就可以适量开一开直通车，走一走淘客来拉升我们的销量。迅速积累你的羊群效应，为你的后期爆发来做准备。三、推广

在产品内功优化好后，我们就要正式开始对产品进行推广了，一个产品从新品开始，我们要将其分成三个阶段进行推广，分别是破零-冲量-盈利。

1、破零

新品想要破零，好的方式就是通过亲戚朋友来购买，亲戚朋友对你有足够的信任度，所以能够很容易地接受你的产品，并且还不用担心他们会给出差评，是一种很保险的破零方式。

2、冲量

通过亲戚朋友或者老客户购买销量有限，对于一个新品来说还是远远不够的，这时候我们就要通过多多进宝来辅助冲量。

前期由于我们产品的销量不足，竞争优势不够，我们好通过高优惠券、高佣金的形式吸引推手帮我们进行推广，实现快速冲量。

3、盈利

在有了一定的销量后，我们就可以正式去打造爆款了！但爆款要怎么打造呢？答案就是搜索推广，在新的拼多多流量地图中，平台来源于搜索的流量占到了30%，是目前拼多多大的流量入口。所以做好搜索推广就是把控住了平台的大流量来源。但搜索推广不是说你新建个计划就能自动跑出投产，实现盈利的。而是要从选词、到人群，再到分时折扣、创意图，每一步都实现精细化操作，才能做好搜索推广。

三、产品后期

这个时候基本就是你的旺季期了。流量特别大，你需要做的就是抓住这些流量，该做的数据维护就要做好，时刻分析你的行业数据，你的点击率，转化率，收藏加购率等等这些基本数据并且这个时候该报活动就可以报活动，该开车就开车。适量而行就可以了。注意好你的营销策略。注意好分析你的行业数据，流量下滑了就赶紧找问题。并且有力的去解决。以上只是我给你提供的一个做爆款的思路，在淘宝如果你想做好一个产品，那么你是需要系统的运营知识和一步步的实操技能去解决的。没有这些你是很难做好淘宝的。甚至基本的生存都无法保证，所以建议你多学，多看，多思考，多实践。1、点击率

这个指标是决定你产品生死的一个重要指标。虽然拼多多会给到一定的新品流量扶持，如果你不能抓住机会的话，搜索引擎会认为你这个产品是有问题的，进而减少给你的流量扶持。

想要提高点击率，你的选词和首图布局设计就十分重要。

选词一定要。举个例子，明明你是一件小清新风格的裙子，可你觉得“暗黑系”这个词更不错，于是就放上去。暂且不考虑是否有滥用关键词的问题，就说消费者已经搜索后你的产品也得到展现，可因为这个关键词与你的产品是不相关，因此没有点击，浪费机会，失去搜索引擎的信任。因此在选词时，切记不相关的词是不能用的。

接着就是首图的布局设计。不同产品间消费者所关注的需求点是不一样的，而你要做的就是要把这些点在首图中体现出来，不管是通过文案，还是通过首图的布局、拍摄的角度、拍摄的方法等等。比如关注品质的，你就突出细节，关注款式的，你就放模特图等。

2、收藏占比

很多卖家也会重点关注转化率和订单数，这是无可厚非的，但作为新品，还有两个指标也十分重要，那就是收藏。作为新品，你的收藏的增长趋势一定要非常明显，且要明显高于行业均值，这代表着你的产品是有潜力的，搜索引擎也会青睐于你的产品。

3、订单增长情况

要判断一个新品能不能够成为爆款，订单数增长情况也是我们需要关注的。一般前三天时你先不要急于去动它，等到第四天开始，就可以通过大量引流（包括付付费推广、多多客等方式）将订单量迅速拉上来。

接下来重点分享一下如何通过场景推广去打造自己店铺的爆款产品。

分为三个步骤：测图和测款、养点击率、冲爆款和盈利

4、测图和测款

测图和测款这两个紧密关联，是可以同时进行完成的，大概需要1000左右的点击就可以测出来，点击太多没必要，点击太少数据不准确（随机性大）。

比如点击200+ 出10单，会觉得自己产品很不错，转化挺高的，结果没有做起来，就怀疑自己运营方式不对，技术不行，其实这些事情很多从根上就已经产生了矛盾，一步错、步步错。这是因为前期数据量太少了，没有办法准确判定产品优质度，盲目的去推一些不合适的产品，测图测款都是需要一个数据支撑才可以得出一个比较准确的结论，避免盲目去做产品。

5、养点击率

养点击率，为的是养店铺的一个目标客户群体，让PPC下降。

场景推广公式： $(\text{下一位出价} \times \text{下一位素材的点击率}) / \text{自己素材的点击率} + 0.01$

通过公式计算我们可以知道点击率越高，扣费越低，其实很简单：定向出价，看看那个定向的点击率高就加价，点击率低的就先减价，如果点击率不能增加的话，建议删了。

前期只要访客完成人群圈定和提高自己的点击率，这是相辅相成的：你的人群越，点击率就越高。

6、冲爆款和盈利

冲爆款简单来说就是拉到足够的访客， $\text{销售额} = \text{访客} * \text{转化率} * \text{客单价}$ 。

访客数量是影响销售额的关键因素，同时访客越多说明产品越受欢迎，客户转化率会越来越高，这样就能操作出爆款来。

关于打造爆款产品必备内功

打造爆款的前提是你必须先要有的产品。淘宝的产品不仅仅指传统意义上的实物产品，因为淘宝上架的仅仅是产品的图片。要打造一个爆款产品，你必须要从选款、拍摄、详情包装等产品内功做起。