

拼多多代运营注意事项

产品名称	拼多多代运营注意事项
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	4号大街28号2幢405室
联系电话	18966166821 18966166821

产品详情

那么我们就很正式的来讨论一下，修改标题、主图、详情页会不会影响权重？

我可不希望你们的爆款都死在恐慌之中；

1、修改标题是否影响排名权重；

这个问题，是要看你怎么改，如果你原本的核心关键字是“男士香水持久淡香”放在最前面，排名也不错，而你把他修改为“男士古龙香水清新花香调持久淡香”虽然修改后的关键词同样保护“男士香水持久淡香”；

但是这样修改后，你搜索“男士香水持久淡香”时，排名就会下滑，为什么？

因为平台现在计算权重是给每个词加分制度，紧密连接跟用户搜索匹配时，权重更高，但是如果打散后，每个词的权重分会重新计算，而且没有了紧密连接的权重，所以排名就会下滑；

案例1：

我2周前测试过的苹果手机壳爆款，原本标题最前面是“iPhone6手机壳水钻”，当时这个词我们是豆腐块，但是我要想这个款再爆一点，这个词已经满足不了了，所以我必须换核心关键词，通过数据分析“苹果6plus手机壳”表现不错，而这个词更大，所以我们就把标题修改为“苹果6plus手机壳水钻女新款金属边框镶钻iphone6 plus手机壳潮”；

你猜怎么了？不错，当我5分钟后搜索“iPhone6手机壳水钻”我的产品就不在豆腐块了，直接下降到的18名的位置；

当时有点忐忑，为了证明是否是因为修改标题而产生了排名下滑，所以我又还原了标题，5分钟后，排名回来了，回到豆腐块第三名；

总结：

事实证明，修改标题的顺序，是会影响关键字排名的，所以在修改标题时，关键词排名比较好的几个词，记得修改时不要挪动其位置，不然数据可能会被重新核算，最开始布局爆款时，核心关键词要定位好，放在标题的最前端，这样后期修改标题，核心词也不用挪动位置；

当然后来我的这块产品，还是用了新标题，大概有2周的时间不在豆腐块，因为我们的目标是更大的词，所以这个阶段必须度过；

现在你搜索“iPhone6手机壳水钻”，我们还是回到了之前的第三名，因为数据重新被积累；

2、修改宝贝主图，是否影响排名权重；

这个答案是肯定的，不会影响排名权重，但为什么会被那么多人认为主图不能乱改，会影响排名呢？

其实是被大家误解了，真相是这样的；

主图直接跟点击率有关，如果你今天在首页第5名，每天可以获得500uv，然后你心情不错，换了一张主图，然后第二天还是在第5名的位置，结果只获得了400uv，然后你也不知道，以为没有关系；

到了第三天你可能在第5名，或者6、7、8名也说不一定，可能还是活动380-400uv左右，后面你就知道了，uv越来越少；

然后你以为是换主图降权了，呵呵！

其实是换主图降权了吗？不是，可以负责任的说，任何一个宝贝在换主图的当天，排名波动几乎不会受影响（在目前情况下）；

大家都知道平台今天的排名，是根据你宝贝昨天的历史情况给的，所以你换主图的当时，是没有感觉的；

要么你换的主图点击率更高了，明天平台会给你更好的排名，也有可能是更差了，明天就下调你的排名；

大家都知道平台卖的是展现，他能控制把你的宝贝给多少人看，但是不能强制要求哪个客户进你店铺，因为点击的过程是用户自己触发的；

所以这里就有个流量价值问题，单位展现内，谁的点击率更高，就应该得到更多的扶持，当然是不是光点击率高即可排名更高，当然也不是，还要结合下面讲的“转化率”；

我做过的每个爆款，主图都修改过无数次，而且都是直接替换，有的人说是不是要先上传到图片空间，然后换到第5张，然后慢慢挪到第一张；

告诉你，完全不用，你正当换主图怕什么，又不是什么非法勾当，直接换即可，那么什么时间换最好呢？

其实就换主图本身来说的话，没有什么时间要求，但是为了方便统计，换前后点击率的差别，我一般都是晚上12点换，这样换之前的点击数据，和换之后的就可以独立统计到了；[如下图]

不知道到哪里统计的可到<http://www.taocece.com/promo71/>淘测测这里！

3、修改宝贝详情页，是否影响排名权重；

这个问题跟上面的类似，修改详情页本身，对权重是没有影响的，只是你修改之后，产生的转化率数据对排名赚钱产生了影响；

大家都知道搜索排名里，单品人气分中，就有“转化率”这一项的权重，而转化率分“静默转化率”和“询单转化率”；

静默转化率受详情页的直接影响，所以如果你原本的“静默转化率”是5%，而修改详情页之后，导致转化率下滑到3%，那么只要这样下去2天之后，你的流量就会少，为什么？

同理，你的流量产出比，不给力！那么平台就会把更多的流量给其他更牛逼的人，你的相应就会少点；

再讲讲“询单转化率”很多人认为这个只是客服的事情，其实不然，要有询单，首先必须让用户看到你的页面产生想买的欲望，然后他才愿意找你们的客服问上一问；

如果详情页让用户都没有购买的欲望，那么何来“询单”呢？就更别提转化了，呵呵！

所以很多人发现改了宝贝详情页，流量反而下滑了，所以就认为修改详情页影响排名权重，其实是一种看到表象的误解！

修改宝贝详情要注意测试结果，同样建议晚上12点更换页面，把修改前的数据都统计好，然后修改后的数据继续监控，这样你就知道修改前后的区别，如果更差就赶紧换回之前的版本；

我们这款产品的页面修改过7次以上，后面可能还会继续修改，目的都是测试最佳转化率；

通过这篇文章，你应该知道了这些真相，凡事不要浮于表面，该改的还是要改，前怕狼后怕虎的，估计就在犹豫中，你的爆款已经挂了。