

# 拼多多新品爆款打造 网店托管

## 开推广是先开场景好还是就先开搜索好

产品名称	拼多多新品爆款打造 网店托管 开推广是先开场景好还是就先开搜索好
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

多多搜索近期有一个小变化，就是之前的多多搜索智能计划升级成了ocpx计划。

但是还是会有很多商家在开搜索车的时候不知道该选择ocpx还是选择自定义，在开车之后也不知道该如何去调车。

来分享下如何去选择适合自己的直通车。

### 一、选择适合自己的车

很多拼多多商家不知道自己的产品究竟是适合开搜索车还是场景车，那我们就需要先了解这两种类型的车分别有什么特点，然后再去决定自己究竟要开什么车。

#### 1、搜索推广

搜索推广是人找产品的过程，通过关键词搜索、关键词出价来获取曝光，通过关键词标签来圈定人群，并且关键词排名会影响数据表现。

流量成本高、搜索标签好、排名竞争激烈是搜索推广的3大特点，因此更适合利润高、客单价高的类目，虽然花费会高一点，但是转化很好。

#### 2、场景推广

场景推广是产品找人的过程，也就是千人千面，如果买家之前有搜索过或者买过的相关产品，那么你的产品就有机会展现在买家面前。

场景推广更适合低价、受众广的类目，不仅流量成本低，而且曝光更大，一般来说，场景推广的点击花费是搜索推广的一半左右。

### 3、多多流量分布

拼多多的核心流量就是关键词的搜索流量，第二大流量就是首页的资源位流量；除此之外，活动流量和个人中心的流量也是占比很大的。这4类流量大概占据了拼多多平台80%左右的流量。

可以看出，搜索流量的占比是非常大的，因此搜索车的开通是必不可少的，不能因为自己的利润低就只开场景车，可以场景为主，搜索为辅这样结合去开。

## 二、搜索推广原理

搜索推广的排名是利用关键词的竞价机制来排名的，扣费方式是按点击来扣费，如果买家点击了我们产品但是没有购买，也是会进行扣费的。

综合排名=关键词质量分 × 关键词出价

单次点击扣费=（下一名出价 × 下一名质量分） / 自己的质量分+0.01元

因此出价 扣费，决定我们扣费的核心因素就是我们的质量分，质量分越高，我们的流量成本就越低，投产就越高，开车就能赚钱。

搜索推广包括自定义推广和ocpx智能推广，自定义推广需要自己去选词，但是ocpx不需要自己选词，系统会给我们匹配智能优质关键词包（实时变化）和关键词建议出价，因此特别适合小白。

## 三、ocpx智能搜索推广

ocpx智能推广计划，操作简单，什么关键词竞争小，什么关键词转化高，系统都会智能匹配这个关键词流量。

### 1、新建计划

新建ocpx智能推广计划，填好计划名称，预算日限额在100到200之间。

### 2、目标与出价

ocpx的营销诉求分为日常销售和宝贝测款（上架30天以内的产品）

系统会给你一个成交出价的建议出价，建议出价由系统参考你的商品、竞品历史平均成交一单的广告花费综合计算得出，后期的时候我们可以根据数据表现来调整出价。

### 3、流量拓展包

打开流量拓展包，系统会智能帮我们拓展流量，后期可以根据数据来判断是否要关闭它。

## 4、创意

在创意上，系统会自动默认我们的主图、轮播播、SKU图都是图片来源，并在前端随机智能展现，我们也可以从本地上传优质的创意图，要求图片比例是1:1。

后期的时候，我们可以根据点击率、转化率、订单量、投产比等数据，去筛选出智能优质目标词，拎出来单独开自定义计划。

## 四、自定义搜索计划

### 1、新建计划

新建自定义搜索推广计划，日限额填写100元。

### 2、分时折扣

不要使用官方推荐的行业模板，因为不太准确。我们自定义设置0到8点为50%，其他时间设置

### 3、系统推荐流量包

关闭智能词包和流量拓展包

### 4、添加关键词

很多新手小白家会添加很多关键词，其实这样是不对的，因为关键词太多了，你的花费就会变高，而且单个关键词积累的数据很少，不利于初期关键词调控。

前期可以添加15个左右的关键词。

### 5、关键词出价

关键词出价统一出到市场均价，在市场均价的基础上，时间折扣

### 6、人群

初期的时候，人群定向全部都要添加，因为我们要找到适合自己商品的人群，并且全部溢价10%；后期的时候，再根据曝光表现进行人群的删减和调价。

### 7、创意

关掉智能创意，开启静态创意，创意的重点在创意图，但是我们的4张图不能是同类的图，一定要有差异化。

写了这么多，希望你看完能清楚到底怎么开车，如果还有不懂的，随时私信我

我们知道拼多多的付费推广分为多多进宝、搜索推广、场景推广三种。那么新手新店应该如何选择这三种推广方法呢。首先我们需要了解这三种推广方法具体信息，这些可以在店小鱼直接搜索得到，这里就不赘述了。下面我们来聊一聊它们的优缺点以及新手应该如何选择。

一、考虑不同推广方式的优缺点多多进宝是通过设置佣金和优惠券，吸引推手推荐消费者下单的一种推广方式，商家可以把多多进宝当作一个可以快速补充店铺营业额和商品订单量的工具。这一推广工具可以帮助我们更迅速地打造一个爆款商品。搜索推广是人找货，使用了搜索推广，用户搜索商品时，商家只要购买相应关键词，自己的商品就会从万千商品中脱颖而出。场景推广就是在拼多多的各个页面投放广告。用户会在拼多多各个场景中边逛边买，商家在这些场景中投放广告，提高流量。多多进宝、多多搜索与多多场景的共性在于都是适合新手商家在发展初期快速破零的推广工具。多多进宝的优势在于覆盖人群广（站外流量），其后台设置的难度较低，前期按成交结果付费，投入的成本较低。多多搜索的优势在于流量曝光好，而多多场景的优势在于覆盖范围广，成本较低且后台设置的难度也较低。

二、考虑自身实际情况

- 1、可接受的推广成本如果你的经济实力有限，鉴于多多进宝与多多场景的成本较低，你可优先考虑此两种推广方式。
- 2、店铺商品的类目特性如果你所卖的商品为标品，譬如3C、数码类商品。购买此类商品的用户通常有明确的购物诉求，在挑选商品时会搜索关键词，因而多多搜索将是你不错的选择。而如果你所卖的商品为非标品，譬如连衣裙，小饰品等。购买此类商品的用户通常是在逛商品页面时产生购物需求，因而多多场景便是适合你的推广方式。
- 3、过往的推广经验如果你在加入多多之前已经有了成熟的推广运营经验，那么多多进宝与付费推广方式可以按照你的经验，结合使用。如果多多是你踏入电商行业所接触的唯一平台，那么鉴于多多搜索与多多场景较难操作，你可以先在店小鱼搜索学习[相关课程](#)，会有更好的推广效果。关于应该如何选择推广方法想必大家都有了答案。更多关于拼多多推广方式的内容干货可以去店小鱼搜索、查看，每个推广方式在店小鱼都有对应的标签分类哦。