

淘宝直播流量越来越低，该如何增加浮现权重

产品名称	淘宝直播流量越来越低，该如何增加浮现权重
公司名称	广州恒川信息科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	广州市天河区东圃
联系电话	18502025285

产品详情

淘宝直播间增加浮现权重，淘宝直播间引流，淘宝直播黑科技，LOB淘宝黑科技，淘宝直播推荐流量

淘宝直播流量越来越低，该如何增加浮现权重？。

1、平台流量分配规则在调整

首要的就是平台流量确实不停地在修改分配规则，可能一个微调就会造成大家过山车式的淘宝直播体验，那么既然是平台的，我们肯定只能默默承受，而背后我们需要理解的是规则到底哪里变了？且看下文。

2、达人和店铺淘宝直播的区别

现在的情况是这样，老店铺有可能几百上千万粉丝都有，这些店铺为什么淘宝直播的时候流量反而没有几十上百万的达人主播销售额高呢？比如薇娅粉丝量280万，单场淘宝直播大概在100+的流量，销售额在250+万，而我见过粉丝破千万的店铺淘宝直播一场下来还不超过30万，高峰也就是60多万，为什么会这样呢？

品类原因，达人淘宝直播可以多类目，拼更新，店铺淘宝直播确实在类目上受限，粉丝粘性比较低；所以如果店铺要做好淘宝直播，在花样上要做的努力需要更多；

另外就是死粉多，表面上看粉丝多，其实有的都是七八年前的粉丝了，这些人可能已经不是你的目标用户了；这就引出了下个话题了；

3、请及时清理死粉

很多店铺是陈年死粉很多，看似粉丝多才能吸引人关注的心态可能是让你做不好淘宝直播的一个很大的原因；且听我分析分析：

你的对手不一样

粉丝多了，你的对手就是和你同量级的达人了，这里关系到层级赛马的机制。虽然还有销售额赛马，但是粉丝PK无疑也是存在的，100万粉丝的店铺和100万新粉的达人PK，店铺完败无疑，在这样的PK机制下，你的店铺因为粉丝多，PK又输了，流量自然就会少了，因为淘宝是不会让你和粉丝量只有10万的去PK的；粉丝越多就会造成：面对更高维度的赛马、面对更强的对手、对自身实力的要求也会更高，最终死粉害得你的流量越来越少，对此粉丝回访率赛马、粉丝活跃度赛马。

正确的处理方式

此刻你想做好淘宝直播，最好的就是清理你的死粉，把你从100万粉清到1万粉都无所谓，然后通过使用淘宝直播间人气互动软件盘活活粉，把整个淘宝直播间的人气做起来，在同样的赛马机制下，一个月销售百万的店铺配合一个低粉丝量的淘宝直播间简直就是降维打击，对手是毫无毫手之力的，但是如果愣是要打肿脸充胖子保住粉丝量，那也没办法，我们且看下文。

4、合理的淘宝直播时间安排

过去我是建议店铺淘宝直播时长越长越好，一句话带过，这次我给大家一些实质性的建议吧

新开淘宝直播间淘宝直播时长不超过4小时

团队还不稳定，运营模式也还没有打磨清楚，那单场淘宝直播的时长就不应该超过4个小时，重点需要关注停留时长和淘宝直播间聊天热度这两个维度，围绕这个维度打磨淘宝直播间，让淘宝直播间热起来，这样才能为后来的运营打下坚实的基础

淘宝直播的时段问题

这个有点类似淘宝过去的宝贝下架时间一样，下架时间的权重最高，排名越靠前。过去我有一个表，收罗了TOP50的产品下架时间，每个产品的下架时间都是尽量和这些爆款拉开几个小时的差距的，避免下架时间冲突；

反过来淘宝直播我们可能就是看对手多不多？强不强？什么时候淘宝直播？甚至是什么标签我们都要分析清楚，这样只要他们在播的我就尽量少开播，而是选择一些比较弱的对手先啃下来。比如有的机构最开始淘宝直播都是让主播凌晨开播到早上，做了一段时间才改成上午、下午最后才到晚上和大主播PK，这就是真正的运营，从战术上碾压对手；

5、淘宝直播的标签

这里就是主要是两个问题，适合你的标签下大主播的淘宝直播时间统计，你自己的淘宝直播时间安排，有点类似第一点，但是我建议是不要经常更换标签，否则可能会造成流量下滑，特别是不要去蹭活动标签，一个是对手多，另外一个就是现在淘宝直播的排名规则是按标签计算的，美妆就是美妆的排名，女装就是女装的，不会因为你美妆的TOP去到女装你就是TOP，系统会根据你的女装销量结合其他数据综合给你一个换标签后的权重，而换标签的这段时间，老的标签就是等于没有淘宝直播，排名就会不停的下降；

6、价格分层

淘宝直播对低价的打击延续了淘宝消费升级的需求，某多多的出来着实让淘宝内部动荡了一段时间，甚至有打算重整低价的渠道，最后内部还是消费升级一派取得了胜利，继续搞消费升级已经是淘宝不得不做的事情了，某多多和大淘宝根本不是一个位面，这仗打了也没意义。那回头说淘宝直播，低价产品还是对淘宝直播有莫大的作用的，哪怕淘宝再打击低价，你见过薇娅不做秒杀？还是你能在TOP100主播里找出超过5个只做高端商品的？没有，现实是高低价格的产品需要做好配合：

转化不够，低价来凑

没错，如果你的产品价格稍高，转化率无疑是会比较低的，那就需要一些非竞品来拉一拉，当然如果你能靠活动等其他高级点的手段是最好，但是低价对消费者的吸引力向来是最高效的。