

# 关于快手商家号，这应该是全面、专业的解读

产品名称	关于快手商家号，这应该是全面、专业的解读
公司名称	海口美兰抖琦琦文化传媒工作室
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	【电话烦、手机号同微】
联系电话	18897981244 19979808844

## 产品详情

大家好，我是祝十八，今天谈谈我对快手商家号的看法，很多朋友最近纠结于是否开通商家号，希望我的解读能帮助到你。

快手的商家号，顾名思义，就是快手平台为经营性质的商家准备的一种运营官方媒体账号类型，与普通的非营业性快手号进行区分，简单点说就是商家的官宣媒体账号，只不过是在快手这个相对来讲的公域流量池中而已。

那么为什么说是官宣媒体呢，因为在web、PC、4G以前的时代，企业/商家在互联网的官宣阵地就是企业网站，它的流量入口仅仅局限于搜索引擎或其他非互联网途径，然而现在是移动终端时代，是4G马上跨越5G的时代，网民获取新鲜内容的习惯已经基本从主动转化为被动，并且注意力已经转移并且聚焦于智能推荐算法驱动的流媒体，以前的互联网营销时代，是搜索引擎驱动的，而现在的互联网营销，我突然认为现在不应该叫互联网时代了，应该叫数据时代，数据时代应该是由无数个流量平台组成的时代，数据时代的营销，应该是从无数个平台的相对公域流量中吸引流量并转化为私域流量的过程，这里我用的词是吸引，不是挖掘，我认为吸引更确切，因为数据时代的营销过程，是内容驱动的，用内容吸引流量，在自媒体之初，拥抱微信这个平台，很多个人、商家、企业通过公众号挖掘流量，懂点运营就如虎添翼，那时候公众号取代了网站这个官宣媒体，而智能推荐算法驱动的自媒体时代，网民的注意力聚焦于短视频平台，使用时长正在逐步上升，主要的内容表现方式将会是视频，那么官宣媒体应该随之进化成为短视频账号，布局各大短视频平台。

我经常跟我的客户讲，如果不拥抱短视频，中小企业可能会离伟大越来越远，因为会错过这波流量红利，而那些拥抱短视频的中小企业，会借助这波红利带来更多成长机会或成就品牌的机会，两者形成两个极端，并且因为是平台内运营，每个平台的内容创作方式比较单一，比如说快手，就是短视频，操作相对简单，且没有地域等额外限制条件，而智能推荐算法这种被动式的主动吸引流量的方式，让获取流量成本更低，并且内容表达方式多样，产品或服务的表达方式更直观，转化方式简单粗暴，把官宣媒体阵地放到这里，只要具备运营能力，就如同站在流量的瀑布下，所以说，商家或企业，一定要入住短视频平台，并且要强化运营，因为别人获得，你没获得，相对而言，你就是失去了。

那么对于在快手上创业的很多个人电商，还有利用快手推广的中小商家，到底要不要开通商家号？商家号有哪些利好政策？开通后会给自我的发展带来哪些明显的优势？还有哪些我们看不见的好处？亦或会不会有不好的地方？如果开通商家号，应该怎样去运营，我该做哪些准备？这些特殊权益应该如何去运用才能发挥更好的效果？相信这些问题，是很多快手电商和其他商家在运营快手号时最近非常纠结的问题，那么从一名运营顾问的角度，我浅析一下我对商家号政策的解读，是否有必要开通商家号，以及我对商家号运营的一些观点，声明一点，仅供参考。我们先来看看官宣的商家号利好政策，这也是快手平台对商家运营自媒体的额外赋能，这背后对应的就是快手给商家运营赋予的显性优势，开通商家号后，可以获得官方的认证和区别于普通快手号的权益：1，快手平台对商家号的蓝V认证2，选择作品置顶功能3，账号经营品类标签4，商家电话号码展示5，账号安全保护功能6，POI认领展示7，专属数据报表8，商家号运营指导9，粉丝头条88折10，优惠券分发11，拉新流量鼓励12，专属的操作后台我所了解的商家号当前基本就这么多的利好政策，当然，可能更多我不知道或者还未开放的特殊权益，值得我们进一步期待，好的，接下来咱们一一解读一下这11条利好政策：1，蓝V认证，表象是在主页头像的又下方有个蓝色V字母的认证符号，我认为这是商家号与普通号最大的不同，这不仅仅是平台对商家的认可，它赋能的优势在于，更是商家在互联网上展示公信力的一种方式，这里的公信力体现是指，具备蓝V认证，意味着具备当前品类商家开放营业所具备的一切资质，不仅仅是平台的认可，是相关部门对你的认可，区别与未认证的其他人或商家，因为通过蓝V认证需要提交营业执照及经营所需的一切资质，并且快手平台的审核是很严格的，所以这是公信力最明显的体现。

当然，几乎所有快手用户到现在为止可能还没意识到这一点，用户的这种意识还有待在使用快手的过程中继续培养，刚开始可能效果并不明显。

2，作品置顶，这个功能的表象在于，可以选择作品中三个置顶到主页作品栏的最顶端，被置顶的作品会更容易被看到，它赋能的优势在于，你可以将最精彩的、留存率高的、转化率高的、最能激发传播的、

等等各种最能XX的视频，通过这个置顶功能第一时间展示到进入你主页的快手用户的面前，然后达到留存、转化、口碑传播等利益最大化的效果。当然，作品置顶这个功能已经从内测到全平台灰度测试，陆续对更多用户开放，未来可能所有快手号都会有作品置顶的功能，那么作品置顶的功能，并不属于商家号独有的权益了。

3，品类标签，这个权益是只有作者能够知道的，没有表象，在开通商家号时可以选择经营类目的标签，并且是固有的，因为快手平台是智能算法推荐，内容的分发是通过内容标签与用户兴趣标签智能匹配进行的，所以标签对于精准推荐获取更多播放率和看完率有着很大关系，标签越精准意味着越容易获得接收用户的青睐，热门的几率更大，同时，推荐越精准，粉丝越精准，留存和转化相对更容易，同时视频也更容易被收藏到对应的标签页面，获得搜索流量的可能性更大，同时，未来如果快手细化运营，下沉到同城本地的细化运营，培养起用户通过快手本地消费的习惯，那么精准推荐或精准查找对于商家而言就利益非常大了。当然，标签精准、推荐精准是更容易热门，如果在固有标签的前提下，内容无法获得更多其他标签，那么也是在限制内容的推荐路径，我一直认为，能够获得非目标粉丝青睐的内容，更容易成为超级爆款，因为只有更多的人帮助获得播放率和看完率，才能获得更多的推荐，到底在固有标签的前提下能不能获得其他标签，让内容拥有更宽泛的推荐渠道，这一点还有待进一步观察。

4，电话号码展示，表现是在主页名字下边可以展示商家的电话号码，用户点击即可查看并拨打商家电话，优势在于这是公信力的另一种体现方式，是用户看到电话号码后自我建立信任感（敢公布电话一定值得信赖），或进一步通过电话咨询建立信任连接的一种方式，这种展示在建立信任方面非常简单粗暴，如果运用得当，留存和转化效果会提升明显，特别是特种产品或高客单价的产品，亦或以本地客户为主的商家，更容易通过电话沟通转化为自己的客户。

5，账号安全保护功能，这个没有什么好讲的，就是多了一些保护账号的措施你可以去用，快手号不更不容易被坏人盗取和利用，这个功能，只有益，没有弊。

6，POI展示，就是商家位置的展示，表象在于可以在快手号主页展示你的具体地址，不仅仅是展示地域，可以具体到你站的位置，这也是公信力进一步体现的方式，像展示电话号码一样，让用户看到后自我建立信任感（敢公布地址，比其他的更值得信赖），也更容易激发本地流量的信任、好奇、备用、快捷方便等想法，收货留存，以转化本地流量为主的商家在这一项权益下受益更多。

这一项权益真的非常不错，如果说哪里不好，就只能是挑毛病了，是不是有顾客因为不满意会上门找你麻烦？同行给你泼油漆？会不会有不喜欢你这个地方的人？会不会有人嫌发货地太远不买你的产品？开门做生意，难免有不满意的人，也难免有竞争，这是每个生意人必须要去面对或处理的，我上边讲的找上门泼油漆基本不会发生，开玩笑，至于那些不喜欢我们的，嫌这嫌那的，你就随他去吧。

7，专属数据报表，就是你快手运营的详细情况，每天每周每月，流量留存粉丝画像等等，类似于快手周报和数据助手，但是更全面更直观，这些数据会帮助你更好地去运营，查找自己的不足，不断改进，据此制定进一步的发展计划，这个商业社会越来越依靠数据来运行，会看数据并且通过数据得出结论并制定方案的人，一定是运营高手，对于高手来讲，这份数据绝对是如虎添翼。当然，大多数人，只是当数字来看了，也只能当数字来看了。

8，商家号运营指导，这个权益是没有任何坏处的，大多数的快手创业者对于创业还是懂得太少，对行业可能懂得也不多，在平台运营规则把控和用户人性认知上更是欠缺，那些有效的学习就是必不可少的，学习也是唯一低成本成长的方式，往大里讲这是自媒体、电商，细分到短视频、直播电商、内容电商，矛盾点讲这都不是新行业，但又属于新领域，不乏很多人靠运气、靠天时地利成长起来，但是大多数人的成长是要靠能力的，个人的也好，团队的也好，并且在未来，能力是唯一的核心竞争力，能活下来的，都是有真正能力或实力的，而能力的成长，学习必不可少。当然，学习的结果，与个人的学习能力和努力分不开，更与学习的内容有关，与教学方式有关，并且当学习内容在普惠的情况下，大家都在同一种套路下，效果也是不长久的，要善于差异化学习，并且不断在知识的应用中升级套路，才能成长更快。

9，粉丝头条88折，这是商家号最实惠的权益，花更少的钱，干更多的事，这点对于大投资的商家绝对是大利好，对于只通过付费推广的、以优质内容引流的商家，成本更低了，对于只做内容电商且利润率高、转化率高的产品更是如虎添翼。当然，商家号独立于其他普通快手号，会不会成为平台对商家的一种管理及运营策略，在运营商会不会提升商家号内容获得推荐的阈值，从而迫使商家通过消费头条获取更多流量，这点应该不会，但也不能永久的、完全的否定。

10，优惠券分发，my god，这真是个神功能，用户可以通过这个功能领取你优惠券了，用优惠券买你的产品更省钱了，这个功能在引流、留存、转化上会起到很大作用，同时引导复购及培养复购习惯、提升复购率及传播率几个方面会发挥巨大的作用，在这个功能上真的可以做很大的文章，那些牛逼的电商平台通过优惠券的合理运用，不断的创造神话，将优惠券的作用发挥得淋漓尽致，每个商家号运营可以学

习一下优惠券的运用，这是一门大学问，用好了，你的事业也将会发生质的飞跃。当然，这个功能只会帮助少部分人更好的成长，大多数的运营人仅仅会用它给客户省钱，或者成为打价格战的一种工具，相信看过这篇内容的人，都会去好好研究一番优惠券的运用的，加油！

11，拉新流量鼓励，表象是你介绍新人玩快手或开通商家号，会给你的内容一些额外的流量扶持，给多少怎么给，我没有深入研究，但有流量总会是好事，不拿白不拿，有机会白拿就一定拿。当然，很多人总会干捡了芝麻丢了西瓜的事，我见过太多的人把太多的精力用来干一些投资回报率低的事，比如太多的人现在靠每天互粉来涨粉，靠互相顶作品来上热门，这个也是一样，做好你的内容和产品运营，不要为了这点流量每天想着如何拉新，OK？OK！

12，专属操作后台，这个是很人性化的，对于商家而言，与普通用户发视频直播不一样，有太多的其他方面的工作，比如产品、优惠券等的设置更新，更易操作的后台就是更省心的工具，。

相信看完我对政策的解读，特别是每条的前半部分，大部分人都会立马去开通商家号了，有一部分人，会因为我每条解读的后半部分产生疑虑，纠结犹豫，那么我们到底应不应该开通商家号呢？这就需要权衡一下利弊，根据自己的条件和需求去选择，有一部分人，你应该立马去开通，因为商家号的这些政策，上天注定就是为你准备的，不开通你就吃亏了，而有些人，不用着急，可以再观望一下。谁适合立马开通，谁需要观望咱们下篇继续分析。

感谢每一位朋友的阅读和分享。

（抖琦琦免费协助企业号认证，通过返100）