

# 拼多多自然流量促发机制是什么？深圳拼多多新店代运营

产品名称	拼多多自然流量促发机制是什么？ 深圳拼多多新店代运营
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

大家好，这段时间是电商冲刺的阶段，很多店铺都想在这段时间冲刺，在双十一到来之前能吃点肉。

虽然每天都在做电商相关工作，但是大家对拼多多的流量结构和免费流量算法维度，存在误解。

很多新开的拼多多店铺实际上是没有免费流量的，前期会有系统扶持，偶尔出几单。2021上半年还有很多人做拼多多无货源店铺，不付费推广，利用不断上下架的新品权重，直接薅拼多多羊毛的。现在做无货源的基本已经销声匿迹！

这些人都是不了解拼多多流量分配机制的，你根本无法从拼多多身上薅羊毛！

拼多多的底层逻辑是社群电商，它的流量算法是基于千人千面下，根据产品基础和价格定位，来获取搜索流量、坑位流量、场景流量、类目流量等。

这里面重要的考核点就是坑产权重。

所以你的新店前期自然流量很少是正常的，因为你的坑产权重很低。随着产品推广和参加的活动越来越多，坑产权重积累越来越多，自然流量才会越来越高。

不知道大家有没有发现你同类目的店铺，参加了2021年春节不打烊活动的店铺。是不是春节过后流量和销量都挺不错的。之前我做的一个儿童牙膏店铺，竟店就是参加了春节不打烊，节后迅速反超我们店铺。用第三方工具看了他每天的销量都非常稳定。所以今年你要有条件也可以参加春节不打烊活动。

因为在春节期间很多店铺销量都停滞的状态，但是参加活动的店铺，每天还在不断的积累销量和坑产。根据拼多多的免费流量分发机制，春节后这类参加活动的店铺，免费流量自然会上涨一波。

这也侧面

反映出拼多多的免费流量和坑产权重有很大的关系。所以很多有点实力的店铺，会靠[直通车](#)推广+活动资源位来做深度免费流量。

几场活动过后，店铺的销量和流量都涨几个层级从活动效果可以看出，拼多多很注重产品的性价比，说白了就是价格便宜，销量又高的产品才会获得拼多多的加权。

对于高客单价的产品，同样也是看中性价比的。但是我们高客单的产品必须要有足够的利润空间，才不会亏本。前期也可以做一些让利，尽量参加一些类目活动，拿会场资格，相对较短的时间里，获得不错的活动流量和销量。这样店铺的免费流量才会起来。

## 产品内功

产品的内功主要包括主图和详情页、基础销量、评价等

做电商的都知道，0销量的链接是很难出单的，必须要有一定的销量和评价才能获得更多的信任感。[转化率](#)会随着链接内功优化的提升而提升。

拼多多的销量和评价都是累计的，所以需要比淘宝更多的销量和评价才能撬动更多的转化。你去拼多多APP上随便搜索一下，排名靠前的累积销量都是上万+。评价也是1千+以上。你几十的销量和几个评价根本没法竞争。

## 改销量

这里提醒大家，现在拼多多打击改销量和评价很严格，过段时间就会严查。这段时间严查改销量，基本在近期改过销量的店铺都会出现限制提现的情况。

所以近期大家不要乱改销量。

## 评价

以前搜索单，多多进宝，拼内购做评价都可以，虽然没有批发单的出评率高，但是还是能出评的。

前段时间还能用的人工补单，或者找自己的朋友做一些评价。现在99%会过滤。找朋友一点用都没有。

现在这些渠道过滤非常严，出评率低的很，前几天测试一下多多进宝，38单，出评率才24%。

还好现在批发单的出评率还不错。基本能稳定在80%。

做评价后期肯定是越来越严格的，大家且用且珍惜！

拼多多不同于淘宝，所需要的基础销量和评价要比淘宝链接的更多，这个是底层算法机制决定的，只有基础好的链接，坑产销量高，评价、买家秀越多的链接，才能拿到更多的推荐和流量。

## 推广计划

拼多多的推广主要有：搜索OCPX计划、搜索自定义计划、场景OCPX计划、场景自定义计划。

OCPX是系统自动投放，系统会自动为店铺打标签，匹配适合的人群。系统通过你设置的出价，匹配适合的店铺人群。所以在计划刚投放的时候，如果系统匹配的人群不准确，要果断的停掉计划。新建计划，重新跑OCPX一阶段。只有一阶段的计划人群标签准确了，跑第二阶段的投产才会更高。才会快速的积累坑产权重。

OCPX没有太大优化的空间，就是出价多少的问题，适合刚开店的新手卖家。前期投产高，积累一定的坑产，会给店铺带来一定的自然流量和销量。后面再结合活动，报几场活动，累积一定量的坑产之后，免费流量才会爆发式的增长。

一般店铺有一定的基础，稳定的销量。OCPX计划的投产和转化率会更好。

对于新店而言，前期开OCPX计划相对友好，你可以试试。

新店开自定义计划，不管是搜索还是场景计划，投产都不是很理想。因为你的店铺标签不准确，前期需要OCPX计划，让系统给店铺打标签。

### 多多场景

场景不是所有类目都适合，只有部分类目，开场景计划才有不错的效果。比如我之前的儿童牙膏店铺，开场景计划，转化率和投产就比较差。

场景也不是出价越低越好，你要根据投产去优化一个合理的出价，因为出价太低，来的都是垃圾流量，反而会影响店铺的标签。

分享就到这里吧，选品没有做过多的叙述，因为很多店铺在开店之前，已经确定好要推广的产品。