

拼多多千人千面怎么玩？逻辑规则是什么？

| | |
|------|---------------------|
| 产品名称 | 拼多多千人千面怎么玩？逻辑规则是什么？ |
| 公司名称 | 杭州邦辰网络科技有限公司 |
| 价格 | 3999.00/个 |
| 规格参数 | |
| 公司地址 | 钱塘新区2号大街511号东投新悦广场 |
| 联系电话 | 18969135066 |

产品详情

拼多多千人千面怎么玩？逻辑规则是什么？

“[千人千面](#)”是[拼多多](#)

自然搜索排名的一种规则。目前拼多多的自然搜索排名的工作原理为通过人群标签匹配商品标签来干预商品在搜索结果页的排名，实现“人货匹配”。

拼多多未来的流量分发方向

1、：流量碎片化，推荐式流量加重。

这其实是每个平台的发展方向，把流量拆的足够的散，那么他就卖更多的广告位置，而且你更加不好控制流量。你们去想之前，想要控制类目排名实在是太简单了。

2、：类目不再单纯以坑产排序，改成推荐式坑产排序

类目排名一直是拼多多主要的流量入口对不对，但是实际上之前类目排名规则实在是太简单了。就是坑产，所以很多刷坑产的方式五花八门，之前说的单买价刷，多件刷，换类目刷。就不一一例举了。为什么大家都要挤破头去把类目排名干上去呢，1是类目排名流量很大，第二是类目排名只有前100才有流量，后来都没什么流量。因为客户不可能翻几十页去看你的对吧。那么造成的恶劣后果是大家拼命的去刷到前部去，第二方面是用户的需求是不一样的，例如说有的人点开女装这个大类想看的只是连衣裙，但是很多T恤挤在前面他就不想开，一下就关掉了APP。所以造成用户体验差，APP访问深度低。

3、：搜索千人千面。用户行为+好友行为推荐产品。

搜索结果现在也是个性化的呈现了，这对做过淘宝的同学来说。太小儿科了，但是拼多多有个逻辑是不同于淘宝的。淘宝不知道你的好友信息，你总不会在旺旺上和好友聊天吧。但是拼多多有微信，而微信把数据都给了拼多多、所以拼多多知道你的好友喜欢什么，买过什么。我们都知道物以类聚，人以群分，所以好友间的属性是相似的，需求也是相似的。例如你的好友都买真丝连衣裙，当然会更多的给你推

荐更贵的连衣裙。有一个收入公式是，你好友的收入去掉zui高和zui低的平均数，基本上就是你的收入。

而且物以类聚，我们做电商的可能坐久了肾不好，你的很多电商好友买了那个啥。虽然你没想去买，但是他推荐给你的时候。你会想，哎，他怎么知道我需要。

所以拼多多数据未来会比淘宝数据更变态的一点是，哪怕你从来没有用过拼多多，当你的朋友都在拼多多上买东西。那你打开拼多多，你会惊讶的发现，他居然好像很懂我。这个目前是假想，但是一定会变成现实！

第四条：弱化坑产权重，强调了转化权重和笔数的权重，从规则上打击刷坑产行为

现在刷大额效果差很多，其实就是拼多多把笔数的权重拉上来了。不然确实太多BUG了，都是卖健身器材的，一台跑步机几千块，得卖几百个哑铃才能有一样的排名。这明显不合理

拼多多的搜索千人千面逻辑

其实用一句话就可以总结，用户的相关行为决定了一半排名。

其实拼多多目前就只有动态标签，没有静态标签。而淘宝是有静态标签的，我来和大家解释一下动态标签和静态标签的关系。静态标签，是这个东西基本上不会变的，例如我是男的，我现在是个年轻人，我有台车。这种东西是很难改变的，这个是靠读取你之前的购买行为而产生的，例如我经常买男装，偶尔买车用配件。静态标签也一定程度说明了你的消费力，例如我的静态标签可能就是90后，消费力中上这些。

那动态标签是什么呢？例如我之前经常买运动鞋，所我一搜男鞋就优先给我展示运动鞋。但是因为我有场合必须穿皮鞋，所以我搜索了皮鞋，并且深度浏览还收藏了。那么我的动态标签就发生了变化了，开始给我推荐皮鞋，但是即便我之前没搜索过皮鞋，因为静态标签的原因。他知道我的消费力尚可，又喜欢在鞋子上多花钱。所以给我推荐的皮鞋价格就是中上价位。目前拼多多只有动态标签没有静态标签，这个没办法，数据不够，而且算法没那么完善。

在拼多多上如果你可以拿两个手机去搜索你们都没搜索过的东西，例如洋酒。你会发现搜索结果是一样的，如果去搜你们都曾经都搜过的东西，那么结果肯定就不一样了。这就是拼多多只有静态标签没有动态标签的表现。

用户对一个产品产生过搜索后是一个什么样子的匹配原则呢？

首先一个是三级匹配原则加属性匹配原则，例如说你搜索女装，系统就会根据你之前的浏览过的三级类目给你匹配商品，例如你之前经常看T恤，就给你匹配T恤，你之前看连衣裙就给你匹配连衣裙。我们来看看下实际的案例，我两个手机分别点击了套装类目下的职业套装和休闲套装，这个时候我再搜索套装女这个二级类目大词的时候，那么分别就给我呈现职业套装和休闲套装。

那么我再搜索三级类目词会怎么办呢？

现在拼多多一直让你们填写属性，就是为了做属性匹配原则，例如你搜索蕾丝连衣裙，你之前经常点击中长款这个属性，那么他在匹配的时候肯定会优先匹配中长款蕾丝连衣裙出来给你看。

原理其实不复杂，个性化系统像一个小孩子，开始学你说话，你说什么他学什么，等他积累到足够多的词汇量才能说一句话，一段话。个性化系统也这样，先模仿你行为再根据你的行为去做推测，再去做智能推荐。

目前的搜索排名你会发现没有之前那么夸张了，全部都是几万几十万的销量顶在前面，哪怕是大词，都

会有几百销量的再前面。现在拼多多扶持新品，因为新品才是一个平台的新鲜血液，如果没有新品的话，这个平台就没有了客户粘性。所以现在会有新品有些随机浮现，因为我们测试过很多手机，不同干净的手机搜长尾词的时候都是不同的，而且好像没有太多逻辑。所以我推测就是随机浮现，再根据你的点击率和转

拼多多会根据买家行为推荐商品。简单来说就是买家仔细浏览过什么商品，收藏过什么商品，买过什么商品，就给买家推荐什么商品。如买家一直看连衣裙，平台就会给买家推荐连衣裙，买家看的是蕾丝连衣裙，平台会给买家推荐更多的蕾丝连衣裙，其中一部分可能会是雪纺连衣裙。

拼多多目前就只有动态标签，那动态标签是什么呢？动态标签是以买家当前行为为指向而形成的标签。例如买家之前经常买运动鞋，所以买家一搜男鞋系统就会优先给买家展示运动鞋。但是买家搜索了皮鞋，并且深度浏览还收藏了，那么买家的动态标签就会发生变化，系统开始给买家推荐皮鞋。

拼多多的商品标签主要由类目标签、属性标签和价格标签3个部分构成。

首先重要的是类目标签，这属于基础的商品标签，卖家发布的商品类目，一定要与商品相匹配，否则无法获得好的流量，更谈不上点击和转化了。

其次是属性标签，属性标签包含了非常多的重要元素，如品牌、主风格、适用年龄、面料俗称等。商品属性填写是否一样，对于流量匹配性的影响非常大；完整地填写商品属性，才能得到更多的匹配度高的流量。

每个商品都会带有一个价格标签，系统会给每个商品打上一个价格标签，以此判断商品属于低客单价、中客单价，还是高客单价。

拼多多千人千面怎么玩？逻辑规则是什么？