

如何选择适合商品推广的关键词？

产品名称	如何选择适合商品推广的关键词？
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

Q1：前几天我的搜索车点击[转化率](#)

很高，这几天之前转化非常好的定向人群，现在转化都有下降，是什么原因呢

？AA：如果遇到转化率下降的情况，我们首先就要查看“流量入口”是否出现了异常。

曝光量下降：曝光减少了，势必会影响人群定向的转化，这个时候可以尝试提升溢价比例也获取曝光。

点击率下降：影响点击的因素就是创意图了，当数据发生波动之后，查看一下创意图是否同质化严重？竞店是不是推出了什么优惠？

中差评：评价对于商品转化率的影响不容小觑，但是有些顾客觉得产品可以，就因为心情不好也会给差评，真的是让人防不胜防，所以这就要求我们一定要做好客服培训，不但能减少相应中差评，而且客服服务好

的话，转化率翻倍也是有可能的。链接异常：比如扣分降权等，系统也会限制流量的进入。QQ2：场景优化溢价，是先优化定向还是资源位，还是同时优化？

AA：对场景推广进行优化的时候，建议大家至少观察以上的数据在进行操作，顾客是有购买决策周期的，这是我们很容易忽视的一点，本来数据要跑两天才能看出来情况，但是一顿乱调，后期想知道具体是什么原因导致的店铺

数据不好，却无从下手。通过观察数据，如果定向和资源位数据只有一方表现不好，我们针对性的进行优化就好。如果双方都很差，建议大家先保持一方不变，只调整一方，避免变量太多，后期不好优化。然后根据优化情况，在进行实时的调整。

QQ3：为什么我的优选活动页溢价比营销活动页高，但优选活动页曝光却比营销活动页少很多？

AA：我们都知道活动资源位的排名是存在竞价机制的，优选活动页是精选场景展示的高转化位置，帮助商家获得更的流量、更多转化订单的资源位，理所应当的竞争会比较激烈，需要提高溢价才能拿到好的展现位置。其次很多人会说营销活动页的数据不好，只能说这个资源位

只适合特定的类目，本来场景推广的缺点就是展现大，而点击和转化不好。所以大家在做场景推广的时候，一定要先确定该位置是否适合自己的产品。QQ4：地域定向的曝光高、投产也可以，但是点击率比较差，该如何提升？AA：商家可以比较地域定向和其他定向的点击率，如果整体点击率较差，可以通过持续优化创意图片和创意标题提升点击率；主要通过调整标题的关键词来优化人群，创意图的话建议打开智能创意，来优化点击率。当重要的还是创意图片的卖点，这才是能吸引用户点击的动力。因此才会有人说解决图片的难题，基本上就解决了[直通车](#)

50%的问题。如果地域定向相较其他定向点击率较低，但是投入产出比不错，建议商家重点关注转化数据，通过调整出价找到曝光和投产比优的出价区间，获得推广收益大化。QQ5：如何选取适合商品推广的关键词？AA：关键词的选取前期要保证两点。每个关键词的点击量不能太少，有的商家前期推广计划就100块钱却开了50个关键词，这么做是不理智的，建议大家，特别是中小商家，前期推广的关键词的不易过多。选词，比如汉服女就没有改良汉服女，其次前期的计划一定要给力，点击率一定要达到行业平均水平的1.5倍~2倍，要不然质量分上不去，ppc就没办法拖下来，关键词后期的话，就可以热度高的词为主，只是前期基础薄弱，利用词去引流相对来说会好很多。关键词的选择，大家可以参考同类目做的产品，建立一个Excel表格，进行关键词的拆分，选择适合自己产品的关键词就好了。除此之外呢，大家也可以利用多多参谋和电霸这些软件，选取商品关键词，然后通过关键词的竞争力公式去选择适合产品的关键词。关键词竞争力=搜索热度*点击率*支付转化率/竞争强度