

## 拼多多代运营拼多多店铺诊断五大点

产品名称	拼多多代运营拼多多店铺诊断五大点
公司名称	杭州臻广科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	4号大街28号2幢405室
联系电话	18966166821 18966166821

## 产品详情

一般宝贝排序都会基于两个方面，一是综合排序，一是人气排序、综合排序：

类目匹配性，属性有问题。

违规记录，平台的高压线还是不要触碰，没有展现没排名还是小事，关键是罚钱罚的太厉害了。

关键词没有选择好，关键词一般涉及以下几点，一是选的太大，以现有店铺基础吃不了这个词所带来的流量。二是核心词没有选对，导致产品定位错误。

转化率，如果宝贝的转化率不过关，后期系统也不会再分配流量，给了流量都是浪费，完全带不来投产，你说系统后期还会分配展现吗？

二、有展现没有流量是什么原因？

有展现没有流量主要分析下面五点。

关键词不精准，导致展现的用户对产品不感兴趣。

宝贝选款问题，也就是说款式买家不喜欢，因此大家在上新的时候，要做好

相应市场分析。

宝贝主图，创意图不吸引人，没有和同行做出差异化，卖点不突出。

宝贝销量问题，像一般的消费者对于0销量的产品信任度都会很低，特别是低客单产品，消费者会有一个心理，这么便宜都没有人买，产品肯定不太好。

价格，一是价格不符合买家的预期价格，另外就是同行有更诱人的低价。

三、有流量但是转化低是什么原因？

有流量转化低可以分为两方面来考虑，第一宝贝页面转化率，也就是我们常说的静默下单，另外一种就是客服询单转化率。

影响宝贝页面转化率的主要有以下四点。

标题关键词以及类目属性不精准，导致进店的流量不精准，因此降低页面转化率以及增加了跳失率。

创意图卖点。

标签符引导，比如限时秒杀，给用户一种下单紧迫感，同时还有各种榜单第一、百亿补贴、好友买过等等，这些标签都会影响用户的静默转化率。

宝贝详情页没有触动买家心理，我们在设计详情页的时候，

可以问一下自己下面6个问题。

1.消费者为什么进来？

2.页面的定位是否符合消费者？

3.消费者看详情页想要解决什么问题？

4.顾客拥有了产品会怎么样？达到什么样的效果？

5.我们的产品和同行相比的优势？

## 6. 买家为什么要现在下单？

宝贝销量过低，缺乏公信力，我们知道拼多多主要针对的用户还是下沉市场，这部分用户从众心理更加严重，也更信赖top品类榜单。

差评，这是每一个开店做生意的人都会遇到的事情，毕竟千人千面，产品也不可能满足所有人的要求，面对差评，一方面是和客户协商，能私下解决就私下解决，另一方面就是总结原因，毕竟差评原因不解决，后面品质退款率和平台介入率超标了，店铺也会被关进小黑屋。

客服询单转化率主要从以下三个方面去诊断分析。

数据参考，对比各个客服询单转化率，定期复盘客服的聊天记录，针对具体问题具体优化。

策略：这个主要是整个客服服务流程，整理好话术，一是提高相应的转化率，二是能让新手客服快速上手。

客服本身要对产品有一定的了解，包括但不限于款式、面料、型号、发货时间、快递等等，这些要保证每一个客服都聊熟于心。