

理清五大流量难题，让店铺月爆万+流量！杭州下沙拼多多代运营托管服务

产品名称	理清五大流量难题，让店铺月爆万+流量！杭州下沙拼多多代运营托管服务
公司名称	浙江天赞网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市钱塘新区东部创智大厦4幢417室（注册地址）
联系电话	18966166821 18966166821

产品详情

Q：店铺流量少或是完全没有流量？

1、有没有做店铺的定位规划？

现在平台的发展方向是搜索引擎个性化展示，所以店铺要想获得好的效果反馈，就必须先做出一个的定位。

A做店铺早已离不开对人群的优化，所以你要明确店铺产品的受众人群范围，然后去研究他们的需求，研究他们的购买习惯，以方便后期做相关有针对性的优化，人群要是抓的不准会直接影响到流量的度。

B做店铺必须要知己知彼才能立足，所以你要明确店铺产品面临的竞争对手是谁，然后去剖析他们的各项数据指标，剖析他们的操作细节玩法，只有扬长避短找准自家店铺发展方向，才能进一步有效抢夺流量。

。

2、有没有做产品合理化布局？

店铺内的每款产品都有他们自己的专属位置，要依据市场情况和店铺发展需求进行合理布局，让他们都能发挥出应有的能量，一起推动店铺的快速发展。

A不管你做的是什么类目，一定是要先推出一款产品去率先打开店铺流量入口，然后在这款产品发展壮大过程中通过关联销售等手段，去把引流的效果放大让店铺产品百花齐放，这样也更容易带动店铺流量和销量的全面突破提升。

B市场不断向前发展，你做店铺的思维就需要与时俱进，若当下还进行无脑铺货或是一次性就把手上的产品都上架布局了，那做法可就太过于新手小白了，必须要做有计划的上新，这样才能让店铺保持新鲜感，刺激出新老买家的下单转化。

3、有没有做推广引流？

平台优质所以入驻的商家越来越多，这也就直接导致市场的竞争变得越发激烈，大家都在做推广抢流量你不做自然是没流量流量少。但要是说做了推广这流量量级还是少的可怜，就得赶紧检查你的操作细节了。

4、主推款是否符合市场需求？

产品若是不受市场认可，你操作的水平再好终能获得的效果反馈也有限。

选定主推款的方法有很多，比如直通车测款，直播测款，老客户测款，关联销售测款，跟市场潜力爆款等，无需从众只需选择一个更适合你产品现状的方法来操作即可。

5、产品是否有竞争优势？

产品的标题，主图，详情页，文案卖点，利润空间，基础销量，晒图评价等这些是否优化到位。

产品与竞品相比若是没有任何竞争优势可言，那势必会影响到点击转化等重要数据维度的提升，数据维度不好权重持续低迷便无法获得流量，店铺也就无法进入良性循环，不能可持续发展。

Q：店铺有流量但是转化低？

- 1、流量量级有多大？流量量级要是有限，转化不好实属正常发挥，要想改变只有引流这一条路可走。
- 2、流量来自哪个渠道？流量若是大多来自垃圾活动或是垃圾站外平台，他们的流量特性就是度差，自然很难实现大量转化，操作不要投机取巧，不然大量垃圾流量进店会对店铺数据造成冲击，使得店铺产品标签混乱流量变得越来越少。
- 3、转化终流向了哪里？深挖买家的行为路径，密切关注流量流失到的竞店的一举一动，层层剖析出他的运作手法，然后取长补短提升自身产品的竞争力，把失去的流量一点点夺回来。

Q：直通车带不动搜索流量的提升？

1、开了直通车搜索流量反而下滑？

A一般直通车不会与搜索产生冲突，除非直通车所用的关键词卡位与搜索关键词展示产品的位置相近，若是直通车的排名在搜索排名之前，再加上直通车所用的创意图与产品主图一致的话，就会很容易出现开车了但搜索流量不升反降的尴尬情况，因为买家早已在前面直通车的位置上看到过你的产品，搜索位再重复展示就自然不会去点击查看了。

B产品数据维度优能为平台创造价值，那自然会获得源源不断的流量扶持，若是开了直通车但操作不到位，使得数据维度发生了反向变化，比如转化率下跌，退款率上涨，DSR由红飘绿等等，那就会拉低了搜索权重，从而导致搜索流量出现下滑。

2、直通车减少花费搜索流量直接下滑？

A直通车投放不能无目的的进行，随意减少投放必然会导致店铺产品数据呈下滑趋势，影响到搜索权重

的稳定性，搜索权重下滑那搜索流量会越来越少。

B自省是不是产品一直依赖直通车去支撑数据，没有真正养起自身的竞争力，使得一但这个助力不存在了，单靠产品自身根本无法完成获取流量的任务，导致流量直接下滑。

Q：首页推荐带不动推荐流量的提升？

1、人群是否量级是否到位？首页推荐玩的就是人群，所以若你的人群标签深度和宽度都不达标，那数据自然不会好看，再细致的说下你可以这么理解，首页推荐的人群就等同于直通车的关键词，所以计划要多人群要多，要不断测试筛选，这样才能用低价获得到的曝光。

2、点击率是否够高？首页推荐很看重点击率的数据反馈，所以当点击率不够高时先看是不是创意图不具备吸引力，然后再看人群圈定的是否合理，从投放时间，投放地域以及资源位溢价这来去全面优化提升点击率。

3、转化率是否过关？首页推荐的转化周期相比较直通车来说，周期会长一些，但只是周期长而不代表转化会少的可怜，推广时就转化高的产品来做，做出产品的差异化卖点，重视人群的度，以及投放时间，投放地域和资源位溢价的操作调整。

Q：店铺流量出现下滑？

1、是行业出现淡季了？通过后台数据分析，去了解现在整个行业流量的趋势变化。

2、是竞争对手发力了？一定要研究竞争对手的主要流量渠道都是哪些，若竞争对手主要的流量来源是搜索流量，要分析对方搜索流量的来源，然后去关注入店搜索词，看是哪些关键词给他店铺带来了搜索流量，同时查看你自己的店铺有没有这样的关键词存在，是否要去截胡流量，并找出自己店铺的优质关键词，去提升这部分关键词的引流能力。

3、是店铺层级下滑了？层级影响着店铺的权重，影响着店铺的排名，影响着店铺的自然流量情况，如果说你的店铺层级出现明显下滑，并且长时间持续下滑，那么这流量下滑也就成了必然的趋势。

4、是爆款的生命周期到了衰退期？当爆款流量下滑已成定局时，可以适当减少在此产品上的推广力度，然后通过关联销售老客户营销这些方法，对新潜质爆款进行全面的推广打爆，新老爆款无缝衔接，店铺就不至于出现流量断层的尴尬局面。

5、是标题没有更新优化？标题是要根据产品基础情况来做优化的，而且可以做二次优化不是一成不变的，产品能做修改但绝不是随意来的，随意做修改或是改了产品高权重信息或是改后不做数据的递增等等，都是会直接导致产品权重流量的下滑，影响到店铺产品后期的正常发展。

6、是关键词和人群的度不够？这两大支柱要是度差，各项数据维度反馈就不会好，重要数据维度指标均平均水平的话，想获得高流量扶持就是天方夜谭了。

7、是买家体验没做好维护？比如中差评，复购率，退款率，纠纷率，UV价值等这些数据没有做好，那平台就看不到你的价值，也就不愿意向你这倾斜流量天平了。

8、是产品出现了违规降权？产品出现违规，自然是会影响到该单品的流量，若该单品是爆款，则会迅速影响到全店的流量。