

拼多多代运营小家电运营思路

产品名称	拼多多代运营小家电运营思路
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

拼多多代运营小家电运营思路相比于空调、冰箱这类高客单标品，小电器类目售价低，利润空间小，比如均价百元的干衣机。今天我们就案例诊断来分析小家电的运营思路。

一、店铺情况

1、店铺流量

店铺流量：近三十天来看，11月24号之前店铺访客数整体低于行业均值和行业优秀值，11月24号至12月4号略高于行业均值但依然低于优秀值，4号之后又低于行业均值；经分析，11月24号之前只进行间断性地开多多场景，未开多多搜索，自然流量很少；24号之后间断性的开多多搜索和多多场景，推广流量占比较多且不稳定，自然流量很少；目前有参加两个活动，双十二大促和领券中心。优化建议：（1）新建搜索和场景计划，找到更精准的关键词和人群；（2）做好产品链，及时上新

2、店铺层级分析：店铺层级第四层级，经营评分90，目前处于行业中游水平，二者均可进一步提高；商品品质落后于同层47.5%的同行，推广能力落后于同层56.01%的同行。（1）选择优质货源，提高商品品质；（2）在轮播图或详情页上引导买家收藏加购，优先发货；（3）优化产品的内功，提高转化

3、销售额分析：近三十日来看，店铺销售额很不稳定，11月21号之前销售额低于行业均值与优秀值，21号之后销售额暴涨后起起伏伏，可能与付费推广相关。（1）制定适宜计划，精准引流；（2）优化产品内功，主图、价格、标题、评价、详情页；（3）优化关联销售工作，提高客单价

4、DSR分析：店铺DSR4.68，指标均正常达标，继续保持，可再提高，做到更好

二、产品情况

1、主推款

2、次要款

3、竞品分析

分析对比：产品（1）左上角突出品牌，更有保障；（2）“狂欢再继续”，优惠活动，吸引买家；（3）“高端定制”给产品定位，高品质；（4）女模吸引买家眼球，衬托产品高端；竞品：“急速干衣，低耗节能”突出干衣快，耗能少卖点；“360度恒温，对流式干衣”与插图，展示干衣原理，让买家对产品了解更多

分析对比：（1）价格上原价和优惠后均高于竞品，相对来说竞争力更小；（2）销量上少于竞品，不利于转化；（3）返现店铺内满200返10元，有一定吸引力，引导买家进店购买其他产品；（4）竞品顺丰包邮，只换不修，畅销榜第二名，服务与销量均更好

（1）优化价格，计算利润空间，重新定价；（2）销量上有补单资源可以上一下；（3）考虑到竞品品牌更大，服务更有保障，我们在利润空间内可增加更多服务

分析：（1）从销量上来看，竞品更多销量，在评论数上我们差距不大，这方面宝贝具有优势；（2）竞品评论正品关键词更多，就买家而言，正品更会吸引买家

一点分析：行家心得上竞品更具优势一点，从数量和内容都优于宝贝，竞品内容上带图片评价，效果更好一点，这里强调一下，平台很注重这一个版块，因此商家要多优化提高这个版块

产品详情页分析：（1）与同行产品做对比，突出宝贝材料韧性大，承重力好，空间大等卖点；（2）品牌大放价，限量抢购，购完即止，给顾客一种产品优惠力度很大，量有限，值得购买的感觉；（3）多角度突出卖点，干衣快、除湿、杀菌除螨、遥控定时等等；（4）全方位介绍说明暖风机工作原理，让顾客真实直观地了解产品，提高转化；（5）产品详细参数，这是对产品全面细致地介绍；（6）合格认证，多重保障

优化建议：增添产品安装视频或图片，指导买家安装

竞品详情页分析：（1）参加限时秒杀活动，

一元秒杀，用活动低价吸引顾客关注度；（2）分六个步骤阐述卖点，分别是干衣快、空间大、恒温烘干不伤衣、防尘防水除菌、承重强、智能定时，每个卖点都针对顾客考虑设计，极大的提高转化；（3）安装步骤这也是贴心的一步，考虑到买家后续安装问题价格sku（1）商品规格不同，价格不一，咱们产品是根据是否可折叠，是否带毛巾管，支管是否加粗为分类；竞品是根据标准版、加固版、升级版，是否加配件为分类。（2）整体来看，价格差距不大，最低价稍高于竞品一点，在考虑利润空间后，可以适当通过优惠券等形式降低价格，提高产品的竞争力。以上就是今天分享的内容，有关拼多多店铺问题欢迎交流。