

# 杭州拼多多代运营--拼多多店铺怎么做转化率?转化率低怎么办?

产品名称	杭州拼多多代运营--拼多多店铺怎么做转化率?转化率低怎么办?
公司名称	杭州臻广科技有限公司
价格	4.79/份
规格参数	团队配置:三对一模式 服务模式:全托管服务 公司地址:浙江杭州
公司地址	杭州市钱塘新区4号大街
联系电话	18966166821 18966166821

## 产品详情

杭州拼多多代运营--拼多多店铺怎么做转化率?转化率低怎么办?

现在是电商的旺季了，由于线下生意是越来越不好做了，很多人开启了电商之路，但是由于不懂运营，当产品选好，上架好后，店铺的流量几乎没有动静，就算是有流量，转化太低，店铺仍然是没什么动静，那么如何让进店的访客成功转化，产生最大的流量价值呢？今天就跟大家说下哈：

### 一、访客的质量(精准引流)

在与很多卖家的聊天中，得知很多认为访客进店了，没有转化，只会觉得是产品问题，宝贝不够优秀，开始各种优化，但是没有注意到，从访客进店开始，转化就已经被拉低了。

现在拼多多平台是个性化搜索展现，也就是所谓的千人千面，有很多的流量入口，能把流量搞到自己店铺里，搜索界面，首页场景展示，百亿补贴、多多买菜等各种活动，都会带来流量。

访客是有了，但是这些流量入口，因为展示规则问题，它所在的流量池，有好的流量池，也有不好的流量池，这些流量池，拿到的流量不同，只是因为人群的展示匹配规则有所不同，甚至是不受人群展示规则的影响，因为竞争，以及入口背后的访客池问题，转化各有不同，才需要去增加店铺的精准流量，流量精准度高，那么相应的转化也就会越高。

所以精准引流是很重要的，也就是我们说的流量要精准，这样才能提升店铺的综合竞争权重，获取更多的系统流量。

### 二、主图的点击率(吸不吸引人)

当我们在拼多多上面通过搜索关键词看到一家店铺，直接能够看到的就是产品的主图，买家通过主图对产品做初步了解之后，如果感兴趣之后再深入了解产品以及店铺，本身现在无线端的流量多是多，但是大家的生活节奏是很快的，宝贝的停留时间是很短的，有些产品跳失率高，买家看到主图后就没有兴趣继续了。

宝贝主图需要突出产品卖点，这个卖点要结合产品，以及同行宝贝宝贝去突出，充分展示产品的优势点，标品宝贝可以更多的通过各种文案优惠力度，去充分展示产品的卖点，因为同行都在展示；非标品宝贝，就没有不需要过多的营销文案去展示，只打一两个核心卖点才更有视觉点，非标品一般为季节性的产品，产品是有市场，有热度的，因为访客基数大，所以不要给买家过多的选择困难。

主图的点击率越高，产品的成交会更高。

### 三、主图视频

现在短视频营销是很火的，通过内容提升粉丝的粘性，提升买家的转化，通过主图视频了解产品，能形成更深入的了解，把产品介绍好，介绍重点内容，不要弄的过于冗长，快节奏的购买时间，买家只关心自己关心的，抓住买家心理，针对人群进行展示。

### 四、营销

大家在买东西的时候，都是希望在原价的基础上，能便宜一点的，毕竟能便宜一点也是一点的。

### 五、评价

相信大家在选购东西的时候，因为自己摸不着，看着不着，都是会看下前面买家的评论，使用感受，以便更好的认识产品，都会参考一二，尤其是针对新品操作期间，宝贝的初始评价，对宝贝的转化影响很大。

所以鼓励买家积极晒图，可以通过电话跟进售后，让买家给好评，这个服务市场都有提供相应服务的，量少可以自己操作。

### 六、行家心得

现在平台流量分散，都在做内容方面的引流，而行家达人这种吸水长流的流量，店铺到了四五层级的时候，都可以去弄这部分流量，适合风格产品，个性产品，高客单宝贝去操作，先拿到曝光，拿到流量，转化可以逐步去积累。

### 七、详情页

买家的购买习惯在前期已经培养出来，自己常看的内容，依然要去看，关于产品的介绍，产品的特色，他们关心的问题等也都是在详情页中承载展现出来的，除了固定的系统位置，我们能发挥的就是详情页的布局，详情页也是影响转化的因素之一。

### 八、竞品对比

多多关注那些同行的店铺情况，看看同行都是在怎么做，访客流失的店铺，竞店，竞品都需要去分析，关注同行的产品情况，才能及时应对，同行产品的定价，优惠策略，卖点描述，都是我们要关注的，发挥自己的优势，尽量避开同行优势点，成功的经验都是可以借鉴的，分析同行的操作情况，看他们现在店铺在如何引流，主要的流量入口，以及是否操作活动。

以上是常见的影响转化的因素，有需要的可以多看看哈。