

拼多多如何诊断店铺 拼多多店铺代运营服务公司

产品名称	拼多多如何诊断店铺 拼多多店铺代运营服务公司
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

分享是整理近针对一位商家的店铺情况聊天得来。

首先和大家说一下这家店铺情况，掌柜是茶桌套装的，让我看店铺，就是近流量下滑得厉害，以前每天有700多访客，现在掉到100多，愁的不行。

首先我们遇到这个情况，可以先看下店铺整体数据，然后再分析具体那个流量渠道出现了问题。

首先店铺整体数据，和掌柜说的情况差不多，确实处在下滑阶段。

然后又看了店铺搜索渠道，没有多大数据变化。

那数据下滑排除搜索渠道，就剩场景和自然流量了。问了一下掌柜，确实是近走了一波站外，导致数据变得越来越差。

看完后台以及和掌柜了解情况之后，我们可以判定，店铺目前出现的问题，多半是出在了人群标签上面，也就是走了一波站外，让不是店铺购买的人群大量进店，这群人的属性标签，又反作用于店铺标签，导致匹配的流量越来越不。

另外看了一下掌柜的链接，基础优化的很到位。这里也给大家说一下我主要从哪些方面来判断店铺基础不错的。

：销量2693，评价412，评价比例为15.35%左右。

第二：买家秀的很多图片，也都是客户实拍场景图，能给其他未购买消费者更多参考信息。

第三：详情页对于用户一些疑问都做出了解答，特别是针对用户比较关心的送货上门和安装问题，做出了详细服务示意图方便用户理解，减少了一部分售前和售后问题。

当然了，上面只是比较好的地方，还有一部分需要优化的空间。

：主图卖点、场景还需要做进一步优化。因为像这种茶桌套装，客单相对比较高，消费者购物犹豫期会比较长，一般询单之后7-9天成交，所以为了在这将近一周的时间内不让客户流失掉，图片视觉和卖点一定要给用户留下深刻印象。

至于计划层面的优化，会在后面店铺诊断建议里提到。

第二：详情页中产品场景过于单一，排版还可以再微调一下。

计划层面的建议：用推广计划组来人群标签。

搜索计划：因为无论从掌柜拍的场景图，还是评价中的买家秀，都是往办公室场景来做，目前链接流量下滑主要是人群匹配出现问题，所以搜索计划以关键词匹配来快速拉升人群标签。

推广关键词往办公室场景优化。

其次为了实现低成本引流和方便后期调整，我们搜索建立两个计划，一个拉新一个是收割，根据目的来做接下来优化。

比如拉新计划，就是前面关键词的优化方向。

收割计划：会更加注重人群，也就是访客重定向，前面也提到过，他这个店铺购物犹豫期大概在一周左右，想要收割计划投产好，就需要把产品重复曝光在拉新计划已经触达过的用户上面，也就是访客重定向这个人群一定要优化好。

第二场景计划，这个店铺以前是不开场景计划，但是对于高客单店铺来说，建议大家还是计划组来跑。

记得之前和大家分享过全域营销的概念，就是为了达到好的收割效果，一定是全渠道重复曝光。

场景计划和搜索计划也是一样，建立拉新和收割计划组。

一个店铺诊断也许看起来很简单，里面涉及的板块却有很多，比如很多人也知道流量下滑了，要去看具体那个渠道流量出现了问题，但是面对着后台，又不知道怎么去看各个渠道的流量变化，还有大家可能看我分析店铺内功那块，只是分析了几方面，但是如果我们不把自己代入到消费者角色，一些隐藏需求，我们就没办法察觉。

就像有些找我诊断店铺的一些掌柜，赚钱能力是很ok，生意头脑也很棒，但是到具体运营细节的时候，比如产品本身卖点上面就会被困住，是因为每个人都有自己的思维模式，那现在我诊断店铺觉得很简单

，也是因为我前期为此恶补了很多知识。

但是具体到产品制造和原料上面，又会是一个门外汉。