

拼多多免费搜索流量怎么拿？教你一招快速爆发搜索流量的方法

杭州拼多多店铺代运营全托管

产品名称	拼多多免费搜索流量怎么拿？教你一招快速爆发搜索流量的方法 杭州拼多多店铺代运营全托管
公司名称	杭州邦辰网络科技有限公司
价格	3999.00/个
规格参数	
公司地址	钱塘新区2号大街511号东投新悦广场
联系电话	18969135066

产品详情

又到了分享的日子。做过店铺的卖家都知道，我们的新品在刚上架的时候，是没有什么权重的，没权重主要体现在买家搜索关键词的时候是不会搜索我们的产品的。所以如果我们想让自己发布的新产品快速获得搜索流量的话，就要去人为干预一下。

一、自然搜索流量的构成

想要做好自然搜索流量，首先我们要知道自然搜索流量的构成。

“自然搜索”流量的基本构成 = 买家搜索“关键词” + 点击产品“主图”，从而形成“访客/流量”。可能会有卖家有这样的疑问，明明我的搜索曝光量那么高，怎么店铺没有流量进来呢？搜索的曝光量是指买家通过关键词搜索，咱们的商品虽然有展示在搜索结果页面中，但是流量需要买家点击商品进来才会产生，这个需要从消费人群定位到商品综合竞争力的提升，才能吸引到更多点击，也才会有更多流量进店。

可能大家留意到这里面两个很重要的部分，一个是关键词，还有一个就是主图。我们就先来讲关键词这一部分。

关键词

关键词是指我们在拼多多购物时在搜索框中所输入的词语，拼多多搜索根据你所输入的词语给你匹配你可能会想要的商品；对于卖家来说，只要能与关键词匹配的上，就意味着可能多一个展现机会，因此关

关键词也就成为影响自然搜索流量的重要因素之一。

1.关键词分类

想要做好关键词，首先就要知道关键词分为哪几种：

A.核心关键词：

在选择标题关键词时一定要分主次，尤其是核心关键词。选择核心关键词时要选择与你产品相关度高且搜索量又较大的词语，一般是围绕产品的名称去找的。如：毛衣、牛仔裤、衬衫等。同时，产品核心词是随着产品数据的变化而变化的，不同阶段产品的核心词是不同的，尤其是新品期和爆款期的核心词是截然不同的。

B.属性词：

由核心词延伸出来，对产品特点的表达，使得买家在搜索时更容易匹配到；属性词的确定需要我们对产品自身有足够的了解，同时产品属性栏也要填写准确且完整，一般可以从图案、颜色、款式等入手。比如“撞色拼接竖条纹衬衫裙新款系带收腰文艺显瘦不规则连衣裙女”这个标题中，“条纹”“收腰”等就属于属性词

C.长尾关键词：

是指与目标关键词相关的任何有搜索量、有人关注的关键词。这个词是小卖家为常用的一种关键词，长尾关键词的特征是比较长，往往是2-3个词组成，通常为属性词+类目词的组合，但是搜索量非常少，可以避开热词大词，另辟蹊径来引流；

长尾关键词要根据用户搜索习惯来确立，并且选择与产品的成交关键词的成交指数差距尽量小的关键词，才能保证你的产品在词中点击率大。如“2021年新款”、“香芋紫短袖泡泡袖裙子”当我们选好了关键词，就要知道流量的核心。

二、搜索流量的核心

有很多因素都影响了搜索流量，但是重要的2个因素还是产值和销量递增权重。

产值是搜索流量的核心要素，也是平台看重的一个数据，如果我们的产值很高，平台一定会给我们搜索流量的。

1.单品产值

即单品的销售额，主要考核的是近7天、14天以及28天的销售额。

先来讲怎么去算，首先要算竞品的坑产，我们找一个竞品的链接，可以通过第三方链接，去找那些流量有明显上升趋势的链接，当然，这个需要有耐心慢慢找。

比较好找的时间段，是在春节过完后，也就是现在这个时间段，或者正在转季，或者大促之前，频繁上新的时候，要去找一些流量有上升趋势的链接，这样更加容易做判断。

第二步要去计算该竞品是多少单起来的流量。

举例，比如竞品的客单价是168元，你通过指数还原，知道了他7天总共卖了58单，所以这7天的产值是9744元（168元*58单），如果想在坑产维度跑赢他，意味着我7天至少产值要大于9744才能够跑赢他。

如果这时我的客单价是99，就先要把对方一周的产值9744/99，意味着对手只要58单，但由于我的客单价比较低，坑产也比较低，所以我需要至少要98单，才能够达到9744多的产值。

所以，坑产单量基本的算法就是这样，如果你想对标一个链接，至少要算出他近7天或者近14天一共卖了多少GMV，去除以客单价，得出单量，因此直接照抄单量是不对的，必须除以自己的客单价，才能换算出自己需要多少单。

当然，如果拼多多的算法这么简单的话，那也太简单了，因为坑产只是所有算法的维度之一，终的搜索结果，还有非常多的其他因素影响。

我们需要优化的其他维度，还包括点击率，收藏关注率，停留时长、转化率，UV价值等，所以坑产给你得出的单量，仅是一个参考，如果你连单量都没有，后续都不用谈了。

2、关键词权重递增

我们在进行递增数据的时候，经常会遇到一个问题，就是我们的产品权重非常低，会导致买家在我们的关键词下面找不到我们的产品，出现这种情况该怎么办？

这时候就可以用关键词拓展的方法去操作。

即先利用竞争指数找到我们的目标词（我们短期可以突破的词），然后再层层拓展这个目标关键词，直到能够在某一个拓展的关键词下面找到我们的产品，那这个关键词我们就可以拿来去做数据模型了。

举个例子

比如说我们想在“防晒霜学生”这个关键词下拿到排名，但是由于我们的产品权重比较低，暂时没有办法在这个关键词下拿到排名，就可以按照“防晒霜”、“防晒霜学生”、“防晒霜学生素颜”、“防晒霜学生素颜军训美白”这样关键词拓展的方式去进行操作。

这样做的原理是什么？

假设我们成交一单防晒霜产品，系统给我的产品加权是10，那么“防晒霜”这个词根会加权多少？

如果我们的关键词是“防晒霜”，那么会给“防晒霜”这个词根权重+10，因为这个关键词里只有“防晒霜”1个词根；如果我们的关键词是“防晒霜学生”，那么会给“防晒霜”这个词根权重+5，因为这个关键词里有“防晒霜”和“学生”2个词根；

如果我们的关键词是“防晒霜学生素颜”，那么会给“防晒霜”这个词根权重+3，因为这个关键词里有“防晒霜”、“学生”、“素颜”3个词根；

如果我们的关键词是“防晒霜学生素颜军训美白”，那么会给“防晒霜”这个词根权重+2，因为这个关键词里有“防晒霜”、“学生”、“素颜”、“军训”、“美白”5个词根。

所以我们的成交词应该是越短越好，这样累计到核心关键词身上的权重就会很高。但是由于我们的产品权重太低，如果我们选择太短的词去成交，就会出现买家搜不到我们产品的情况。

所以一开始的时候我们要找长一点的词，逐步累计关键词权重，把目标词和核心词的排名先做上去。小词成交会带动核心词的权重，等到大词有排名之后就尽可能用大词去成交，不要用小词了，因为大词的权重更高。

好了，分享就到这里，以上就是我为大家带来的内容了，下期我在跟大家讲解一些以上权重如何去人工干预，大家也可以互相交流学习，希望能帮到大家。

有任何关于电商的问题，欢迎随时留言咨询