

拼多多小商家对备战双12的推广思考和建议 杭州拼多多代运营

产品名称	拼多多小商家对备战双12的推广思考和建议 杭州拼多多代运营
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

再过3天就是双十二了，各位商家估计都已经在紧锣密鼓的备战，大家都想获得更多的流量和转化，以期能够逆袭，那我们在做推广的时候，我们可以怎么做呢？

直搜结合

2019年是标签化的一年，商家不能再局限于单单的做自然搜索，同时我们也必须要做好标签，要不然我们的流量很难做起来，通过直通车来带动自然流量，远远要比通过补单，黑车等方式获取的流量要纯正，也没有风险。

而且直搜结合的形式带来的搜索流量，是稳定不断流的，很多商家不舍得进行付费推广，导致自然流量始终无法爆发。也有很多商家不是做不起来搜索流量，而是做起来了后维护不住。

想要做好直通车，我们首先应该了解人群标签等概念，那什么是人群标签呢？

基础标签：性别，年龄，身高，体重，所在城市。

行为标签：购物习惯，消费水平，消费客单价，购买偏好。

性格标签：喜欢运动，宅男宅女，常购物的品类。

产品标签：基础标签，积累标签。

了解了人群标签以后，直通车中的人群添加及溢价，就要结合自身的产品特点，来进行不断的优化了。我们可以通过优化直通车数据，来激活产品的人群。

在预热阶段，积蓄流量，从而实现双十二当天的单量翻倍，单量翻倍一般是平时日销量的2-5倍。

oCPX推广

“oCPX出价功能”是拼多多场景的一种出价方式，基于商家设置的预期成交出价，系统自动根据平台及商品历史数据累积进行出价优化，触达高转化人群，从而在稳定投放效果的同时，稳步提升曝光量及订单量。

其主要优化目的是直接帮助商家提升以持续获得成交，并以ocpc方式扣分。主要分为数据积累期及智能投放期两个阶段。

投放技巧：

方法一：建议直接选择有成交基础的单元（已满足7天订单量超过50）进行切换，可直接进入智能投放期。

方法二：在数据累积期，不建议更改出价模式或频繁更改出价模式。

方法三：投放初期，建议使用系统建议价格进行出价，并至少保持3天左右的完整数据进行观察。

1) 如果单元在阶段并且曝光较少，建议及时同时提升阶段和第二阶段的出价以获取曝光；

2) 如果单元在第二阶段并且效果有波动，实际平均成交花费大于出价，此时建议观察一个24h的数据；如果实际平均成交花费依旧大于出价，可先降低第二阶段价格约束曝光，待数据稳定后在缓慢回升至原先出价。

3) 如果单元在第二阶段平均成交花费低于出价且获取曝光较之前有减少，建议及时提升出价，可直接采纳出价知道或者按需提升出价。

双十二是一道分水岭，因为大促过后，往往就是流量重新划分的时候，有的中小店铺在大促中脱颖而出，实现流量的断崖式增长，有的店铺也会因为双十二的数据欠佳，导致流量下滑严重。

所以面对大促活动，每一个商家都需要认真对待，希望各位商家都能够爆单哦。