

拼多多代运营 托管 新店开通后 如何操作

产品名称	拼多多代运营 托管 新店开通后 如何操作
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

拼多多新店开通后，该如何进行店铺接下来的操作？接手到一个新的店铺后，不能盲目的去发布产品、设计图片、在做付费推广等这样机械式傻瓜的操作，每个人都可以做。但是一个店铺要么不做，要做就做成功，那就要在店铺操作前、操作中做好各方面充足的细节工作：

店铺操作前：1、需要进行产品分析、市场竞品分析、行业数据分析、同类电商平台同类产品分析等大致知道产品是否有市场，接下来的市场推广竞争力热度如何，有大致的准备。

2、人群定位分析：千人千面精准化分流会让接下来平台的流量更加精细化，定位模糊不精准，会直接导致后面的流量不精准。

3、店铺接下来的风格定位

4、产品线定位

以上准备工作做好后，就可以开始进行正式的店铺操作。

拼多多新店运营过程中一般会出现什么？

1.关键词：词泛且打，没有十分的精准词，也没有明确属性词。词的人群定位模糊。

2.创意：模特上图能直接反应款式点击率与买家喜欢度。对模特与产品对象要求高出不少。标题可以直接帮助质量分的稳步提升，也可以拉低。

3.排名：你不出点血基本稳稳卡在20名后。想冲刺到前几名，想得砸出一条血路。

4.PPC：高居不下，没有便宜的流量。

5.竞争力：好的款竞争强，差的款问拖后腿。同行竞争更激烈。

6.人群：产品适用人群跟购买人群不同。

面对这种推广的通病，我们拼多多店铺该如何做？怎么玩？

以上6种，是推广中各个类目均会发生的情况，当然我们要对症下药。

一、关键词

a) 找词：系统推荐词、拼多多/淘宝下拉框词、相关词查询、精准淘词、生意参谋-选词助手、直通车后台推荐、直通车后台-流量解析、TOP20w，等等。

b) 词类：针对例如毛呢大衣的关键词特性，我不建议大家一开始就做大词，保留二级词、三几次为主作为相对精准关键词。一级类目词竞争大，在初步推广，产品没有明显优势以及权重没有达到很高的情况下不建议添加。

c) 筛选：以毛呢大衣为核心词，结合详情页属性栏扩展词根。

根据详情页属性栏，可以拓展出不同的额关键词排列组合，别忽略了尺码属性，这个也同样可以引导成交。一般年轻的女性，穿外套的时候都是喜欢偏大一点，这样能够显瘦，当然夏季的衣服就是紧身或其他，也有不同的。而在关键词中，可表现为最为直接切精准的买家需求，如韩版女装XL码，毛呢大衣，女装韩版大码2XL 等等。

整体关键词筛选遵循“一看，二考，三通过”的原则：

一是先看关键词全网流量和点击率；

二是考虑全网点击指数与竞争数，点击指数远低于竞争数说明狼多肉少，点击指数高于竞争数更利于产品推广；

三是通过以上两个判断后，添加符合条件的关键词，并参考其质量得分，无线端6分以上（不包括6分），最终确定推广词。

这样是为了确保在无线的质量得分初始值竞争能力不低，且在一定情况下保证你的PPC不会过高。直通车点击扣费的公式都清楚吧，公式去套就知道质量得分的重要性了。

二、创意

a) 创意标题

在以往的直通车推广搜索中，很多时候系统都是默认进行收尾抓取，再考虑中间属性抓取。因此在我设置的创意标题里，基本参考这样的一个结构：目标核心词+属性词+目标核心词。

b) 创意图片

眼睛是心灵的窗户，图片可以吸引你的买家打开它的点击浏览欲望。

图片需要是创意文案和构图法。文案看你的买家群需要的是什么，或者季节决定你该往哪方面去添加。这个案例做的是冬款，网购买家看不到实物，他们需要的是看得到厚实，事后才是摸得到的实惠。买家为什么不是为了图便宜而去网购，买的是一种赚到便宜的心里，这句话我也说过很多次的了，他们同样货比三家，为什么选择了你的产品呢？你又如何证明你的产品是良心产品？这就是靠你的销量、评价、图片、文案、服务来征服他们了。[天赞网络](#)

服饰类的产品，模特图加细节图，远远胜于单个模特摆拍图，尤其在冬款上，会更为突出。细节图是解决买家疑虑的一部分。买家无法顺着网线到仓库看实际货物，细节图以及模特上身图对他们的参考价值就更大。同样，你的卖点需要提炼，可放在详情页也可放在主图。例如，这个冬款外套，卖点是三层优质夹棉，水貂法兰绒，特点是厚实修身。那么在图片中，就可以利用。另外一点，服饰类前一段时间也流行起了标签图，可以更加容易抓取买家搜索需求。

c) 分类测试

直通车创意有4个，通常情况下，我会先利用3个，进行两两组合，创意1与创意2同图不同标题，创意2和创意3同标题不同图，创意1与创意3不同标题同图。剩余一个创意可用于测试另一张图或另一个标题，也可用于后期创意再增设。

两两组合可以保证测试中的**变量，也可节约测标题和测图的时间。

三、排名

排名决定你在什么位置出现在买家面前，图片决定买家在什么位置看到你的图并是否点击。因此结合你设置好创意，选取好关键词后，你需要标注5-10个个重点关键词，并进行排名卡位。这里面也需要结合你的时间折扣和日限额。前期拉升数据，缩短测试提升时间，那么必然你需要加大投入与花费。原因很简单，你不让TB赚钱，它怎么扶持你赚钱？

在卡位时，可以先卡夜间，再卡白天。凌晨时段竞争少，卡位容易些，大力度烧一定的日限额后，质量分也是起来比较快的。对排名的稳定也更有帮助。

四、PPC

加大力度后，你的PPC必然是会升高的。在你接受范围内都可以持续加大力度。从长远来看，前期的大力度烧，无非是为了拉升权重与基础。只有你的权重搞了，基础跟上了，你的点击率提升，质量分提升，你才能有足够空间降低PPC，得到更便宜的流量。

PPC的前期上涨都是正常现象，放宽心接受即可。做店铺的人，得心稳，不能急躁。在拼多多上，这几年不缺急躁的店铺，但你看看这些店有做起来吗？急功近利，是会被淘汰的。这也是为什么之前拼多多上有1000多万的店铺，而活跃度的只占了300多万，当然现在也更少了。

五、竞争力

你的竞争力来源于产品，也来源于同行。

从同行竞争力来说，关键词“呢大衣”行业搜索中，点击指数过去一年中**为，而竞争度**为。实际上对比起来，竞争度还是高于买家搜索点击数的。那么你怎么同行中脱颖而出呢？

靠走不完的套路？

当然不是。

持久发展得走供应链。从点击竞争力来说，你得有稳定的货源跟供应链。

六、重点-人群

你的成功一定是你发货单上的人群组成的。在推广中，更要把握自身的 product 人群，专注购买人群。

筛选关键词后，当你的整体权重在推广中已经达到了稳步提升，你的点击率上升，PPC下降，收藏加购提升。此时，你已经累计了大批收藏加购人群，他们离成交下单就差一两部，你不争取就是别人家的老客户。到嘴的肥肉往往都是这么被人叼走的。在现在这种“你主动点，我们孩子都有了”的时代，累积了人群就要主动出击。

首先，时间折扣

，在做关键词的时候一定要测试好自己店铺直通车最适合的投放时段与**力度**，方便做时间段专投。

七、通过活动提升销量——获取资源位奖励

我们知道活动种类非常多，玩法丰富，分别针对不同级别的卖家有不同的活动流量池。报名门槛其中必备要求：全网最低价。做到这个那拼多多平台的活动大小通吃，一天上万单的量都可以做起来。但是我们代运营不是让您亏本来做，要根据店铺的流量情况匹配相对应的活动，活动效果分多次持续增加，这样平台的扶持力度越来越大。我们活动的目的是恢复活动后的价格，获取拼多多类目搜索首页资源位奖励、推文奖励和大客户流量引入。

总结

- 1.推广不是一日飞升上天，过程要把握持续可持久发展。
- 2.从产品和词入手，稳扎稳打。
- 3.舍不得孩子套不住狼，以长远眼光看待目前短暂的PPC上升。
- 4.无线、人群是接下来的重点，无论是直通车还是店铺，买家需求都将是接下来最深入挖掘的。

母婴玩具拼多多如何运营？拼多多怎么对接运营？拼多多代运营技巧第一，成功上首页竞价活动，可以一步到位对接运营；这个方式能一步到位，但是要求比较苛刻，活动基本做下来是亏本的，同款竞价，拼多多的运营会跟你讨价还价，价格压得很低。对自己供应链有信心，也有长期规划的可以考虑这种方式，就是前期要出点血。第二，有天猫店铺，天猫店铺评分飘红，拼多多店铺总销量大于1000+。第三，有淘宝、京东等其他店铺，店铺评分飘红，拼多多店铺总销量大于5000，热销爆款销量大于3000。第四，无任何其他店铺，拼多多店铺总销量大于1万，成功上过一次爱逛街活动。第五，系统推荐对接，留意站内信、论坛公告等消息。这个是平台商品不满足消费者的爆发需求时，运营会主动联系合适的商家补充坑位，但是作为卖货的，你在一开始就选定类目了，所以这个只能看运气。官方的说法是店铺月销售额过1万，即可联系拼多多客服，提交申请。但是现在做拼多多的商家越来越多，对接的门槛自然是越来越高，关键还是你自身功夫够硬。对于小卖家来说，不要想着一上来就有对接运营，把这个当做游戏的话，就是打怪升级，先报要求低的活动，满足条件了再报大一点的活动。比如这样的一个路线：新品推荐、9.9特卖、限时秒杀、爱逛街；新品秒杀对于销量评价无要求，而爱逛街则需要店铺近90天的评价数大于3000条。也有一种方式，就是有品牌授权，也能直接进对接群

母婴玩具拼多多如何运营？拼多多怎么对接运营？拼多多代运营技巧浙江天赞网络科技有限公司落座与人杰地灵浙江杭州专注拼多多代运营，公司规模70多人现有运营项目组13支，每支项目组配置5个人：店长，助理，文案，推广，设计！专营项目：网店整体托管，网店代运营，网店装修，SEO优化推广！天赞的优势：服务至上每个合作客户建立自己的项目群，团队，客户，配备项目监督员，来监督团队执行力，积极性！每天反馈工作内容，每周每月目标计划跟进并落实！天赞网络服务宗旨：今日事今日毕，不拖延！天赞网络使命：让天下没有难做的电商！