

拼多多代运营 食品类目拼多多店铺托管外包

产品名称	拼多多代运营 食品类目拼多多店铺托管外包
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

拼多多代运营 食品类目拼多多店铺托管外包

目前很多商家都认为目前新品是比较难以操作的，新品周期很长不好拉伸,下面我给大家分享一下我的方法

- 1.标题开始一个新品重要的肯定是标题，标题是直接跟我们流量挂钩的，我标题是通过拼多多下拉框词以及推广工具中的搜索词分析来制作的，在APP下拉框输入产品，系统会提供一些延伸词。
- 2.APP下拉框词流量是根据用户搜索习惯来更新的，流量很大，我选择了符合我产品的词以及延伸词，然后再去推广工具-搜索词分析里我细分到产品类目找到了热搜词前100名。
- 3.筛选出了搜索热度高竞争强度低符合我产品的关键词，然后细分这些关键词的词根，再根据产品的属性进行重组：
- 4.上新&开始推广标题写完上新之后，这个时候我使用了分享激活发送给好友破0之后有了一些基础评价之后，我也是马上就开始了付费推广，是选择搜索推广和场景推广同步进行推广的。
- 5.多多搜索推广：关键词目前有很多功能的，开始自己选择了自己的核心词，进行投放然后开启了智能词包功能。智能词包是近新推出的一个搜索计划工具，智能词包能够自动筛选全网符合产品的关键词进

行投放，只要达到系统低的出价要求就能够有曝光，智能词包是一个很好用的功能，这里要重点讲一下，有智能词包我们不用选择很多的关键词进行投放，智能词包会根据产品匹配相对应的关键词，每日都会自动更新去除掉投产低的关键词，这样留下来的都是高投产的关键词，投产会很高。我们可以首先选出我们产品的核心词进行投放，在计划初期核心词的转化可能不够好，会被系统自动筛选掉，所以为了避免系统删除掉我们的核心大词（智能词包不会重复投放我们自定义关键词），留下核心大词后面做增量。因为如果没有放到自定义，投放在词包里面的话大词相对投产较弱会暂停投放，那就会后续的量就做不大，所以我留下了4个核心大词做增量，手动控制点击量，然后再通过优化人群来做到高投产。——
【智能词包&自定义选词两种方式搭配使用】

-人群：

1) 商品潜力人群，商品潜力人群是投放给浏览、收藏购买过我商品的用户。这个人群是高投产人群是我选择主力投放的人群之一。

2) 相似商品定向是浏览过我的商品相似商品的用户，是有较高意向购买的，是可以抢到竞店的流量我也是选择投放比较高的一个比例。

3) 访客重定向是浏览或购买的用户，投产也是非常高的，也是我主力投放的人群。

4) 相似店铺定向也是一个可以拿到竞店流量的人群，可以投放比较高的溢价。

其他人群全部以低标准去溢价，没有曝光的话以5%比例增加直到有曝光，2000个曝光筛选，优胜略汰。这样整个搜索计划的投产就会比较高，下面是数据，在第二周筛选出人群后投产直接是翻倍增长的。

6.场景推广：场景推广也是很重要的，搜索具有流量的优点，而场景则是流量相对较大的优点

资源位：

场景首先选择的是优化资源位，把四个资源位全部选择投放，然后根据曝光来调整溢价比例来进行调整。

1) 优选活动页是我们场景计划的高转化位置，根据曝光比例调整溢价，曝光占比到总占比的30%就可以支撑起整个计划的投产；

2) 营销活动页是拉新位置流量很大但是转化稍微要低一些，曝光调整到总占比的50%就可以了，类目商品也以及商品详情页占比和占总曝光的10%就可以。资源位先优化好之后，再调整人群的话，我们就不

会很乱而是很清晰。

--人群：

定向人群直接添加所有推荐人群，其中把潜力人群以及访客重定向可以调高，如果人群没有曝光10%上调直到有曝光位置，人群好坏以200点击量为标准。再根据转化率、点击率、收藏率来判断好坏。

- 1) 转化率很低，收藏率高可以降低出价，再观察一下产品价格是否较多，如果较多可以进行调整；
- 2) 转化率低，点击率高也适当降低出价观察；
- 3) 转化率一直低可以直接删除掉；
- 4) 转化率高点击率低的词可以提高出价拿到更好的排名；
- 5) 如果点击率一直很低，优化创意。创意也是选择智能投放。