

拼多多店运营所需的两个分析技巧

产品名称	拼多多店运营所需的两个分析技巧
公司名称	唐山耐斯文化传媒有限公司
价格	2980.00/套
规格参数	
公司地址	河北省唐山市路南区建国楼6楼2号
联系电话	13472927123

产品详情

正题

开场白抄一段章的内容：入驻拼多多前得了解自身类目行业数据，分析竞争对手具体数据（如竞品的成本，竞品的活动价和日销价），对比自身的资源评估存活空间，再根据投入的大小制定大致的目标规划（目标必须可落地，可执行度高，如月度目标）。

目的：判断自己做拼多多有没有钱赚，如果有，利润空间范围是多少。

Ps：此流程工作量较大，建议使用带行业分析的第三方工具（基本都有），避嫌广告请自行移步拼多多社区的第三方专区：社区首页疑问交流第三方软件：

工具大同小异，自行选择。

这次以行业分析和监控两个角度阐述（同时还需区分标品与非标）

2行业分析

分析自身空间的方法为：统计产品所属叶子类（三级类目）的TOP20或TOP50产品每日的价格/销量，注意要排除第1、7、13、19.....的推广位产品，统计每日数据为了清晰判断竞品前期是否有活动低价冲量，以及累积销量大但日销不多导致的误判。

插个话题：之前有老铁打开app搜了个刚做完活动的同款说累积销量五十万件了，一件赚二十，整整赚了一千万啊，简直不要太疯狂（有个朋友年赚千万的传言就是这么来的吧？）。

下图粗略描绘达成目标需要考虑的因素（以类目TOP4为目标）：

例如现在要做一款棉拖鞋，简单列出数据表格，建议统计10款以上，剩下的懒得放图了（从第三方工具统计出数据表）：

关于市场容量：上图可以判断，市场容量可达成日销千单，通过公式：销量=转化率*访客数，进一步分析自身达到TOP10行列的成功率。

ps：统计每日售价尽量手动，工具一般存在误差。

关于转化率：对于标品而言，影响转化率的因素80%都是价格和销量，还有品牌/详情/评分/评价等因素，只要流量到位，做出销量如同探囊取物。大部分标品可跳过测款，通过市场数据分析即可做内功优化。

=>售价

由上图得知，行业TOP的价格在13-17元之间，自身是否有利润空间？有人说拿货成本都要25元，还要加运费，推广费等等~但按上述日销量来备货让厂里批量出货，成本就能下降到理想的状态了。一般情况下，竞品的日销价减出厂成本再减物流成本得到的是日常推广投入和利润，多sku的商品同理。如果竞争还是太大，可考虑对比行业TOP20-TOP100的价格。标品如果统计出前200名的竞品价格都是触不可及，且行且珍惜；非标品售价若比类目前200名的高价还要高，基本也是佛系玩家的命，做高价不是盲目的高价，同样需要有市场数据支持。

=>累积销量

快速累积销量的方法有，多多进宝等，或者季前缓慢累积销量。既然目标清晰，只需分析每种方式分别需多少投入即可（此处还需把控季节）。早期念叨的以小的成本做出大的产出，就是这方面的把控能力。

非标品因款式喜好度不同，同销量同价格的叶子类产品转化率千差万别，所以测款操作的必要性显得尤其重要。

Ps：标品在其他条件相似的情况下做出跟竞品接近的价格和累积销量（一万和五万的转化率相差无几），同来源的转化率基本一致。如已有历史数据，可忽略上述分析（数据的价值就在于此）。

关于访客：

类目：标品的点击率在价格接近的情况下点击率相差无几，通过类目排名可粗略判断目前竞品的类目流量；

搜索：通过类目大词（如何查询类目大词在搜索章节已有说明）的排名可粗略判断目前流量获取能力；

活动：通过商品详情页判断大致判断目前在做哪些活动（一般的数据工具也有）；

付费：判断排名是否为付费推广位可以大致判断，在其他章节有详细解说；

Ps：前面的类目/搜索权重篇，推广篇，活动篇都有详细讲述如何获取这些流量，冲刺类目TOP通常都需获得全维度流量，以上入口的核心权重皆为商品的点击率和转化率。

只有当供应和类目环境相匹配时，才不至于与市场背道而驰。平台发展至今，大部分类目市场已臻至成熟，开荒务必三思（偶尔会有小品类招商群，这种一般是有足够数据支撑的遗孀，有资源优势可优先考虑）。

3竞品监控

在日常运营中，这方面因类目不同亦有不同姿势，简单聊聊我常关注的几个维度和作用。

找出竞品：

标品是同叶子类单价和销量相近的商品；如水杯餐具的一次性用品（注意分词是3+2）类目，日销100单GMV在2K元左右，竞品是跟自己产品销量和GMV接近的同款。

非标品是同叶子类中外观款式和属性相近的商品，要特别注意同款或者相似款的狙击，不能觉得竞品价格高或销量低就不关注，目前因相似商品标品的匹配度超高，抄款玩家基本都是弹射起步（同款竞价了解一下？）。

监控与调整：清晰判断产品目前所处状态（还是老配方）：

以红色标记的自然流量为基础，再透过下图中的行业数据中竞品走势判断波动原因