

拼多多店铺为什么没有费流量？如何能做好搜索流量？

产品名称	拼多多店铺为什么没有费流量？如何能做好搜索流量？
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

1. 认清问题所在，对症优化

店铺是否能起来，根源在于店铺有没有流量，其他问题就先别考虑那么多了。

为什么这么说，你自己想想，你卖的是别人的爆款，你做的是跟款，你做的是老爆款，你做的是已经测试过点击的款，产品已经没有问题了。你跟我说详情页，详情页自然是上产品的初期，就已经考虑过排版，考虑过卖点问题了。

什么时候，会想这些问题，在你店铺有高于行业的流量，访客质量比较的情况，再更多考虑内功，细节的问题。

细节这个事情，很多时候，总是考虑不完的，这就是涉及到细节优化了。

先有鸡还是先有蛋，先有流量还是先做内功的牛角尖问题，容易把自己搞蒙。

听我的，踢开混乱的内容，找准主要的。

富丽堂皇的饭店没多少人吃饭，灯火通明的撸串摊人头攒动。这句话，你明白吗？

2 做关心则乱，做正确的事情

既然说流量很重要，那就要好好说一下。操作店铺的时候，我主要的就是做搜索流量，因为我觉得搜索流量是流量。

搜索流量是买家通过关键词搜索，触达产品的。在触达的过程中，系统会根据关键词，人群，消费能力等一系列关键词人群影响下去打标筛选产品。

所推荐展示的宝贝，相对比较符合买家的购买需求的，会有好的点击率，会有好的收藏加购，以及转化

拉新流量中，主要做的就是搜索流量。因为这块流量分散，其他入口的流量也要去优化才行。所以思路要打开才行

3.搜索流量获取原理

想着要搜索流量，就需要注意两个点，关键词搜索，以及人群。因为现在首页等各种推荐流量的影响，买家是可以通过一些其他途径去逛产品。

但是当买家有明确的逛的需求，以及购买需求的时候，单纯的逛，是不能直接触达需求宝贝的。尤其是当逛的产品多是A，而买家想要的是B，就需要去搜索了。

搜索需求就此产生，流量也就此产生，如果你的产品是买家要的B，那么你的宝贝就有机会被搜索到。

但在搜索的过程中，会受人群维度的影响，展示搜索结果。所以你产品的定价，人群标签是否优质，就直接影响流量进店了。

4.搜索流量抓取原理

你或许会告诉我，我店铺也有B产品的，为什么搜索流量就是起不来啊？都没什么流量的，难道是产品不行。

不要没事儿，就找产品的问题，有空多想想操作的问题，你会发现，是规则的问题。

个方面：

想着有好的搜索流量，要注意的是，宝贝能够被搜索到，能够被系统筛选展示。

产品就需要有原始流量的，没有人气产品，怎么给你推荐。宝贝的收藏加购以及初期的转化数据就很重要了。因为竞争，是在同行之间存在的，和你一样的商家也是有的。规则要去展示更加的宝贝，因为他们有更好的UV价值。

第二个方面：

如果说产品是有流量，那么宝贝为什么不转化，为什么没有好的收藏加购数据。之前看一些店铺的时候，店铺是有流量的，但是就那么些，宝贝也不卖。

问题就出在，访客是有，但是不。

问题来了，为什么不准，出在人群问题上。因为要看你的初始流量是从哪里来的，挑客，活动，首页带来的，还是基础的新品流量。

流量入口不同背后的人群维度是有差异的，为什么你搭不上流量的快车道，是你买错了票，进错了站。

5.搜索流量操作思路

既然店铺跑偏了，就要想办法把它拉回来才行。想着拉的话，比较直接的，尤其是对老店铺来说，有老客户的，在维护老客户的店铺来说，就比较方便了。

老客户的回购，老客户对新品的购买，以及老客户搜索流量同类产品，再回到你店铺的产品，都能给产

品的初始打标加一定的权重。

如果你做店铺，是想着长线经营，想着做品牌，做品牌调性，就要维护你的老客户，他们再任何时候，都能帮到你的。

想着让老客户能积极主动的帮你，必要的福利，优惠策略是要有的。会员体系，都是能留存老客户的。

好吧，知道你这块做的不一定很好，积累的不多。那就需要主动的修正店铺的人群，去做引流上的优化调整了。

想着纠正店铺的人群标签，获取好的搜索流量，就要优先分析店铺的人群情况。从人群出发，才能解决现在的问题。

人群分析好了，还是要去投放引流，才能获取新的，优质的人群打标。所以要从关键词这块去入手，我一直在强调，关键词和人群是共生的。因为搜索流量的人群，都是在关键词的背后的。

想着做好这一点，就要认真优化关键词的投放。关键词投放的时候，为什么经常说要做长尾词，或者二级词，不建议新车直接上大词。因为关键词越大，背后的人群越复杂。

这个操作是前期的一个操作，权重有了，就需要你去做增量调整了。

日限额的增量，通过增加关键词，或者提价获取更多的流量。