



????????????????????????????????????????????????????????????

绝大多数服务商都是通过这种方式操作猫享自营的入驻，没有多少技术含量可言，只是打了一个信息差，商家知道这个操作方法后，自己也可以去操作。

只不过，这种方式一方面成功率特别低，另一方面，对资料要求高，基础要求是：

- a、线上年销售额500万
- b、线下年销售额1000万

线上还好办，线下1000万，对于很多商家而言就很难了。

想明白一点：品牌影响力真的是靠那种劣质的包装就能提高的吗？稍微动点脑筋就能明白：不可能。

而且，天猫并没有表明自己衡量品牌影响力的标准，因此，市面上所谓的提高品牌影响力的说法，就是糊弄人。况且，天猫拒绝你的入驻申请，与品牌影响力的关联性，并不是那么的大，不然为什么一直还会有那么多草根品牌入驻成功呢？

所以，当你入驻天猫品牌评估环节被驳回了，不要慌，也不要苦恼，不用去听那些自荐服务商提升品牌影响力的说法，你要做的，就是管住手，不要盲目提交第二次。

那么，什么办法可以提高入驻天猫的成功率呢？

入驻天猫，除了走自荐，还有一条路，就是通过有小二关系的服务商，由小二直接操作入驻，这个方式的入驻成功率是很高的。

走自荐本身就是碰运气玩概率，走小二直接操作，成功率自然是远超走自荐。

入驻天猫，因为品牌影响力不足这个因素被驳回入驻申请，于是就想着如何可以提高品牌影响力，然后成功入驻天猫。针对商家的这个需求，一些自荐服务商就推出了品牌影响力提升的套餐，那么，服务商的这个品牌影响力提升的套餐，靠谱吗？

作为与小二直接合作的服务商，可以很直接的回答：这种套餐，一点都不靠谱。

大家稍微用点脑思考一下，品牌影响力是简简单单就能提升的吗？不可能。

天猫五金锁具入驻流程，天猫家具旗舰店入驻包装