

抖音的店铺体验分低会怎样？

产品名称	抖音的店铺体验分低会怎样？
公司名称	杭州北斗星网络技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市西湖区西斗门路3号天堂软件园A幢1楼1034室（注册地址）
联系电话	15824487015 13605817015

产品详情

大家好，我是小七，有很多抖音商家都有着这样的一个疑问，自己的抖店没有什么差评也退货率也低，但是为何自己小店的体验分非但没有上升，反而还下降了呢？具体什么原因，我们接下去看看。我们要知道，抖音体验分的高低以及会影响这我们抖店的流量，小店是否能否继续开店，是否能够入驻精选联盟，是否能够参加平台营销活动的提报等等，我们需要重视的是，体验分如果低的话，会直接影响我们店铺的流量，从而会导致我们小店的订单骤降。抖店体验分多久更新？体验分是根据平台店铺90天内商品体验，物流体验以及服务体验分情况给出的一个综合性质的一个评估，但是这个分并不是一个简单的分数相加或者相减和平均，他还是要和同类别的同行的分数情况相挂钩，所以说如果你想要你的体验分高，不仅要做好自己的分还需要和同行们想比较的，要超过大多数的同行才有用的，体验分是每天12点到13点这个时间段内会进行一个更新，平台有权剔除异常或刷单订单评分所带来的分数。抖音体验分由什么组成？商家体验分包括：商品体验：（商品差评率、品质退货率。）

占比42.5%物流体验：（揽收及时率、订单配送时长。）占比20%服务体验：（服务好差评率、投诉率、纠纷商责率、IM3分钟回复率、仅退款自主完结时长、退货退款自主完结时长。）占比37.5%。在新的体验分考核中，有以下几个方面的调整，大家要注意下商品体验考核板块调整，细分指标由原来的商品差评率和品质退货率，调整成为“商品基础分”和“综合负向反馈率”（CCR）！同时考核周期依靠“近90天在架且有成交的商品数据”以及“近90天物流签收订单数据”物流体验中加入了“物流品退率”，计算的标准为“物流品退率=支付订单在发货后14日内售后原因为物流问题退货退款订单量/支付订单量”！考核周期为“前15-104天物流品质退货数据

”服务体验中加入了“IM不满意率”，计算标准为“IM不满意率=近90日IM差评（1-3星）数/近90日有评价IM数”，考核周期为“近90天人工客服会话量”。体验分对我们小店有哪些影响？体验分<4.8分会失去免费流量加权倾斜体验分<4.6分直播间千川投流就没法起量体验分<4.3分直接限制推荐流量体验分<4.3分不可进入精选联盟同时抖店 如果体验分低于4.0分的话将被精选联盟清退体验分<3.2分你的店铺将会被直接清退所以抖音小店要重点注意店铺的体验分，因为这关系着我们的店铺流量的问题，比如说：当我们的店铺体验分低于4.0时就会被清退出精选联盟，也就是说我们就不能再与达人进行合作，这样我们店铺的销量就会越来越低，销量的就代表着我们的营业额也将越来越低。所以商家一定要重视。什么是CCR?平台对CCR的定义是：消费者负反馈（CCR）是衡量商品品质、商家服务和物流服务水平的综合指标，指标覆盖了订单评价、售后、投诉、进线咨询等多渠道的消费者反馈原声，通过识别消费者反馈的负向内容进行综合评估。我们提升抖店应该注意什么？1.商品主图方面首先，我们商家在上传商品时一定要把属性填写率完成到所有的属性信息都要写上，第二点是主图和详情页上的图片不要出

现水印，拼接行业牛皮癣。第三点是白底图和主图视频一定要有。2.客服方面我们应该要及时给每个客服做相对应的培训，客服要尽量要避免客户投诉，不要和客服产生纠纷，尤其是我们商家自身原因而产生的纠纷，有人进线及时回复，提升IM三分钟回复率，有退款订单或者退货退款订单及时处理。3.每天敦促快递揽收物流揽收率现在也在我们抖音体验分考核的一个范围内，我们要及时关注抖音小店后台包裹中心的异常包裹，要每天催促快递及时揽收，如果是因为疫情或者其他原因不能揽收的，我们要及时处理，如果能换别的快递就和收件人说话换快递，不能的话就通知客户退款。4.设置抖音小店电脑端---机器人---签收关怀当用户签收后，就会收到一条系统的自动发的消息，这样用户看到后，如果是因为产品本身有问题或者有疑虑，时间就联系客服解决了，而不是跑到评论里面给个差评。更多抖店运营技巧，需要抖店体验分提升，都可以联系小七~