

直通车关键词正确的投放思路！

产品名称	直通车关键词正确的投放思路！
公司名称	海口龙华铁博涛文化传媒工作室
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	微信加 sk2324k 办理
联系电话	17677131251 17677131251

产品详情

直通车关键词正确的投放思路！做法，所以想做好淘宝的话，先要分辨这些方法是否通用，或者了解它更合适的玩法去做低复购类目是行不通的，像服装/食品可以做免费试用，但家具/3C数所以，今天就先以服装类目举例，说说这个类目下的直通车玩法，一起理清下面3个问题：

1.服装类目开车看什么数据？

做女装，本质都是服务的同一类客户，比如女装，不管是年轻女装，还是中老年女装，进做女装，我们也叫做流量和做上新，需要新客户收藏店铺，以后在你店铺每次上新的过程中进来看看。在服装类目里面，看直通车开的好坏，除了投产，还有一个数据非常的关键，那就是自然搜索曝光。直通车在付费推广不亏钱的情况下，获得大量的自然搜索曝光就等于赚钱。

举个例子：你在开直通车，用户搜“裙子”，如果以前买过你宝贝的用户会看到买过的店、关注的店。但是并没有带来收藏加购和转化。但是这个客户身上被淘宝打了一个标，当他浏览你店铺的时候，比如搜个“T恤”，就能看到他曾经浏览过的店铺，那这个店所赚的钱就是这个客户带来的。我们既要关注投产比，也要关注自然搜索曝光（访客数），两者必须同时“在线”

2.关键词和投产的关系？

很多掌柜都知道我们要用低价买流量，但是大家要明白：点击单价的高低是由你的竞争对手决定的。

所以我们要明白：关键词覆盖对投产比影响很重要，竞争小的关键词不但精准还能带来成交。

比如有的掌柜以前晚上8点，钱就花完了，但删掉一个投产最差的关键词之后可能10点钱才花完。

那我们是不是可以用省下来的这部分钱，去投向更精准竞争更小的词？

也就再说明了一个道理：直通车可以通过删减关键词或调整关键词价格来控制投产比。

有些掌柜开直通车，只会干1件事——充值，图不会做，词也找不到，有时候再一改就把自己改死了……

系统让他出1块他就出1块，不怕烧钱的还会出1块5，然后就不管了，开始躺着等爆款。

相当于在地里播了个种，不浇水不施肥，而且还指望他长出东西来。

直通车是需要调整的，我们要把以前花在亏钱关键词上的费用，转移到赚钱的关键词上去。

3.关键词有没有时间周期？

其实，全淘宝的关键词15天会有一个大变化。

你今天搜你宝贝的关键词，看看下拉框，过15天再去看下，你会发现出现的词是不一样的。

现在用户在搜一个主关键词的时候，看到下拉框推荐的词去点的概率是很大的。

比赚钱去搜获得高投产，就按框会跟着跳泛词小词钱设用竞争所以精准的关键词关键词的店铺肯定