

京东快车人群标签优化和投放技巧！

产品名称	京东快车人群标签优化和投放技巧！
公司名称	河北企合互帮科技发展有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	河北省石家庄市长安区中山东路567号嘉和广场4号楼1101室（注册地址）
联系电话	15511852786

产品详情

想要打造好宝贝的人群标签，就必须通过基础开始优化，忽略细节、忽略基础，那将与标签无缘了。通过快车打精

准人群，不仅不用补单就可以吸引人群，质量分快速上去，而且转化也是相当高的，标签很重要！

一、原理

一个流量对应一个标签。在人群溢价相同的情况下，优质的标签会比自定义人群标签更快拿到数据。

二、人群标签的打造实操流程-快车精选人群、达人

1、精选人群设置

（1）一方面可以通过快车后台工具搜索产品核心词，找出产品目标人群画像，进行溢价设置。

（2）可以在快车人群选择那里，自己挑选匹配的人群进行溢价测试，根据数据不同的反馈，进行调整优化。

2、词的更新、删减、增加

对于此的多与少，我们刚开始做都不需要非常关注这一点，前期累计权重为主，就算关键词多点引流点击收藏，对直通车账户权重也是有一定的好处的。

但到了一定的时候，词的多、少就会有一定的关联了，因为前期做的数量权重类目后，词太多没点击会

影响一部分计划，所以前期做好了点击后，那么后期就要做好词的更新删减了。

一般统计数据大概是7天左右，7天的词：

- (1) 展现高点击率低，删除
- (2) 展现低点击率高，适当加价
- (3) 展现高点击率高无转化，适当降价
- (4) 展现高点击率高，收藏加购高，观察

通过报表-关键词报表-查看每个词的转化及加购情况

这些都是一些基本的词更新原则、删减原则。那么经过了7天的数据统计后，删除的词可能也较多了，那这个时候我们就要从新添加关键词再进行循环测试了。

3、内容达人精准人群引流

一般内容达人很多人都知道，也想做。但是很多人基本都做不好，这个也是普遍的通病了。因为达人都是听说好做，但绝大部分人都做不好，还有小部分人没去做。其实内容营销，目前来说好做的就是：京东直播、发现好货。两者对店铺的新老客户、转化率都是有极大的好处，而且两者的花费最低了，效果呈现也能够自主把控。

(1) 京东直播：每天坚持播1-2个小时，拿点优惠实在的东西点赞关注送。每天送成本9元以内的商品5件出去，一个月下来3K-5K的粉丝就来了。

(2) 发现好货：发现好货是一个内容导购性质频道，目前以单品等形式展示，以场景内容导购为宗旨，通过达人的分享满足用户闲逛和指导购需求。发现好货的定位是针对追求生活品质的消费者，有中高消费能力的人群。

三、人群标签打造、优化 - 付费推广人群优化

1、直通车精准人群引流 - 前期

快车精选人群模块，无疑是关于人群标签，也关于精准人群方面的。做精选人群之前，我们必须注意以下几点：

(1) 宝贝的基础：内功是非常关键的第一步，做好了宝贝的主图、详情、买家秀、评价等方面，你的宝贝基础有了、宝贝基础权重有了。那你做精选人群的时候会更容易上手。

(2) 快车账户权重：如果你是第一次开快车，不建议上去就做精选人群。建议上去先用关键词累计点击、收藏、加购这一系列的数据，先让快车账户权重提升起来。后期根据情况做精选人群才不会吃力。

不是什么类目都合适做精选人群的：这句话的意思也代表着不是每个店铺都合适做精选人群的，因为有可能你的店铺原来是做复古女装，突然现在转成潮流女装，那这个时候你就暂时不适合做精选人群了，

不是因为做不起来，而是因为店铺的人群、基础、风格、粉丝，等方面都尚未优化调整过来，现在做人群是起不到任何作用的。

2、多个关键词计划进行推广测试

多个关键词计划，无论是对人群有好处，更多是对直通车账户权重的好处。多个关键词计划进行推广测试的过程，建议：

(1) 新建一个关键词计划，关键词计划里，添加200个关键词，出价低。先做好点击和收藏，也可以把账户权重养起来，方便后期做人群计划。

(2) 单独做一个精准长尾词计划，关键词全部做精准长尾关键词，精准长尾关键词点击精准度高，可以养好人群。长尾词的转化率也高，虽然PPC成本较高，但绝对是占有转化优势的。

(3) 独新建一个精准关键词计划，不做广泛，单方便做精准关键词。这样的点击率虽然低点，但是人群精准度高，对于日后操作精选人群有较大的帮助。也能很好的掌控前期的标签人群！

通过关键词各个维度指标的筛选，对相关性，展现指数，点击率，点击转化率的相对Ok的词添加做为推广词。

3、点击花费（PPC）承受范围 - 限额等

点击花费你能够承受多大，代表着你的排名。限额多高，也决定了你每天的流量人群。当然是按照每个不同的类目和客单价产品去核算的：

都知道：客单价=成交总金额/成交总人数，那多少的点击花费，才能让单品不亏本呢？

按照 $\text{利润率} \times \text{转化率} = \text{承受最大的点击花费不亏本}$ 。

比如商品客单价是100元，利润率30%

就是 $30 (100 \times 30\%) \times \text{转化率} 2\% = \text{就是承受的点击花费 (最大、不亏本的情况下每个点击)}$

快车前期要尽可能多的人群标签越精准利于我们获取流量。