

# 拼多多店群代运营托管：电商运营50条技巧！

产品名称	拼多多店群代运营托管：电商运营50条技巧！
公司名称	新乡市川海网络技术有限公司
价格	.00/件
规格参数	
公司地址	河南省新乡市红旗区请业跨境贸易大厦17层1713室
联系电话	18336099119 18336099119

## 产品详情

### 一、定位

1、开店前首先需要考虑清楚3个问题 你有什么产品？你想卖给谁？你有什么优势？

2.归根结底，开店就是竞争。如果你有实力与同龄人竞争，你就能成功。例如，你是一个知名品牌的所有者。你有低成本的优质商品来源。你有很多忠实的\*\*你有\*\*资源，你的同龄人无法复制，你有很强的实力与同龄人打价格战，等等，这可能会帮助你更快地成功地经营一家商店。如果没有，请看下一个。

3.如果你没有上述优势，你也可以诚实地开一家糟糕的商店。此时\*重要的是 选择相对优质的产品，以相对较低的价格销售，提供相对独特的服务，并经常与客户互动。

4.你想开什么样的店？旗舰店？专卖店？C店铺可以说每种类型的店铺都有自己的优势和成功，主要看你的产品更适合哪种类型。(1)\*适合拥有知名品牌资源的平台旗舰店；(2)具有独特优势的非知名品牌适合开品多多企业店或品多多C店铺，成为知名品牌后，平台会邀请你开旗舰店；(3)线下批发市场适合开专卖店或加盟店；(4)如果没有优势，建议你不要开店。

5.你应该知道你的类别。一开始，\*\*选择你熟悉的类别、消费者和产品，这样你就可以更容易地销售产品。如果你不知道这些，请先深入了解。

6.你需要成为你店里的第一个消费者。想象一下，如果你店里卖的产品不能吸引你自己\*\*，你吸引其他顾客的原因是什么？因此，在开店之前，找出一些吸引自己\*\*的理由。这样，你就可以吸引其他顾客\*\*你的产品。

7.你的商店应该有故事。现在商店同质化严重。面对几家产品和价格相同的商店，顾客很难吸引他在你的商店\*\*。如果你是一家有故事的商店，你可以缩短顾客与你的距离。当顾客不能做出决定时，你的故事会帮助顾客觉得在哪里\*\*。什么是有故事的商店？

### 二、顾客

你的商店会越来越大。你的店铺规模会越来越大。

期待伤害你的发现。期待伤你的发现。

10.做任何事情的时候，先把自己当成第一个顾客。(1)如果你考虑如何用顾客的思维经营店铺，你会避免很多低级错误。(2)当你做一个页面的时候，你会想到顾客\*想看到的图片和文字，以及吸引顾客\*\*的因素。

11、做任何事情的时候又要忘掉自己是一位顾客。在你按照上面这条做了一些事情之后，接下来就不要把自己当成顾客了，而要看顾客会有什么反应。例如你更换了一张宝贝橱窗图，可以观察一下实际顾客的点击率是高了还是低了;你更换了宝贝介绍的内容，实际顾客的转化率是高了还是低了。

### 三、产品

12.产品应考虑利润率。

(1) 不要轻易销售利润率低的产品，否则你会被其他成本压垮，有利润生存和发展。

(2) 利润率高的产品不一定畅销。几乎任何知名的高端品牌都有很高的利润率和很好的销售。

脸也是一种价值。面子也是一种价值。决定利润率的第二个因素是吸引力。产品越有吸引力，就越越高，吸引力越低，销售价格越高。

如何提高吸引力？(1) 提高质量；(2) 增加功能；(3) 改善服务；(4) 提供礼品；(5) 提高品牌知名度。

决定利润率的第三个因素是成本。成本越高，利润率越低，成本越低，利润率越高。降低成本的方法有(1)寻找更上游的货源；(2)大规模采购；(3)部分工作使用兼职员工，如设计；(4)入驻孵化园可节省租金。

决定利润率的第四个因素是竞争。竞争产品越大，就越有可能出现价格战，导致利润率低，竞争产品越小，就越有可能出现高利润率。电子商务行业很难避免竞争。如何处理竞争，请参阅以下章节。

并进行相关销售。并进行关联销售。

18.当商店规模扩大时，应扩大商品类别，以快速提高客户单价和回购率。一开始店里流量不太多的流量。经过长时间的努力，一条裤子变成了一种流行的款式。此时，每天可能有成千上万的人甚至成千上万的人进入商店；当有更多的人时，需求自然会增加。此时，有些人需要毛衣，你可以增加毛衣，有些人需要鞋子，你可以增加鞋子；商品越来越多。一种流行的风格推动了许多其他商品的销售；销售额越大，需求越多，可扩展的类别就越多；

### 四、运营

运营的第一个核心是转化率。有办法提高转化率 1)可以从产品定价、页面描述、礼品、附加值等方面考虑提高产品吸引力；2)提高页面美观；3)提高产品销量，不出现0销量；4)提高的数量和质量，减少中差评；5)吸引精准流量；6)多与客户互动；7)提高客服聊天技巧。

20.有一个小技巧可以让顾客养成访问商店的习惯 每周固定一天是会员日，当天买一个宝宝。X送X。这样做的好处是 1)让忠实顾客养成经常访问店铺的习惯；2)可以轻松打造爆款，带动全店流量；3)处理滞销产品或清仓。

21.商店吸引的流量越准确越好。有一种方法可以使流量更准确 1)确定店铺和产品定位，重点宣传准确的潜在客户。比如你卖高端产品，在推广的时候尽量宣传消费水平高的人

分析业务人员的流量地图，找出哪些流量来源转化率高，提高转化率高的流量，降低转化率低的流量。2  
2.经营节奏、店铺活动、推广联系越紧密越好。 首先，通过老客户或钻展测量，测量点击率和转化率高的婴儿；然后通过刷卡产生一些基本的销售和高质量的评价；然后推广老客户，随着销售的增加，参与成本效益、每日特价、购物等活动，同时付费推广；

23.运营的第二个核心是流量。有办法改善流量 1)付费推广是\*直接的流量来源ROI在可控范围内，尽可能提高付费推广力度。正常情况下，付费推广会带来多少流量，自然搜索会带来多少流量；2)参加活动可以给店铺带来更多的免费流量，但要注意多参加优质活动，少参加劣质活动，避免给店铺带来差评和低流量。DSR评分。提高自然搜索流量\*然搜索流量的关键，影响关键词竞争的主要因素是产品销售，DSR动态评分，好评率，这三点自然流量不会差。

24、提高店铺DSR动态评分和好评率的核心是提高客户满意度。改进的方法有 1)产品质量合格；2)交货速度合格；3)良好的购物体验；4)及时回复客服，态度好；5)妥善处理售后问题；6)礼物太多或太好，让客户惊喜；

25.客户的评价要时刻注意，因为从客户的平均水平可以看出很多问题，比如产品、物流、客服等。合理调整这些问题可以提高客户满意度。

## 五、推广

26.推广的核心是点击率。为什么要提高付费推广的点击率？1)点击率越高，需求越高，\*终\*\*的可能性越大；2)直通车点击率越高，质量分数越高，降低点击单价；3)钻展点击率越高，点击单价越低。

27.如何提高点击率？1)把自己当成真正的客户，想象一下\*吸引客户的元素是什么？是质量、价格、品牌还是其他？2)将吸引客户的元素提炼成图片和文案，进行横向测试，\*终选择点击率高的推广材料。3)在销售过程中，更多吸引客户的元素是通过客服聊天和顾客购物后的评论提炼出来的。同样的方法可以做横向测试，选择点击率高的推广材料。4)在推广过程中观察不同计划的点击率。然后提高点击率高计划的出价和预算，降低点击率低计划的出价和预算，从而提高点击率。

28.店铺访客价值越高越好。如何提高访客价值？1)提高客户单价；2)提高转化率；3)提高回购率。

29.商店访客成本越低越好。如何降低访客成本？1)增加免费流量；2)提高付费推广点击率；3)降低付费推广点击单价。

30.流量成本越来越贵怎么办？ 1)在现有产品的基础上扩大商品类别，提高客户单价；2)通过增加礼品盒、礼品或附加值，提高转化率；3)通过老客户维护，提高回购率。

31.平台旗舰店的推广策略请参考我之前写的一篇文章《如何为年销售额1亿的平台旗舰店付费推广》。目前，我\*擅长推广大型平台旗舰店。如果你需要它，你可以交流。

## 六、客服

32.客户服务的响应速度、打字速度和对产品的熟悉程度是客户服务\*基本的技能。如果您没有掌握这些技能，请先花点时间做作业，以避免一些基本问题。

33.客服的核心职责是引导客户下单，跟踪售后问题，处理中差评等。有条件的店铺可以安排专人跟踪售后问题，处理中差评。售后客服需要注意几点 1)从客户开始工作的那一刻起，观察客户是否留言，是否有特殊要求，尽可能满足合理的要求，这是提高客户满意度的第一步，如果问题太晚；2)提醒仓库尽

快交货，并及时跟踪异常物流订单，尽快联系物流公司解决问题，及时通知客户注意并道歉；3) 如果客户收到问题，必须及时跟进，帮助客户尽快解决，如果客户因产品或物流损失应尽快给客户满意的解决方案，唯一的目的是让客户满意。

34.做到以上几点，还是会有一些中差评，因为中差评很难避免，所以建议订购一个中差评提醒软件，这样可以在第一时间得到提醒。这个时候联系客户的沟通效率\*高。与客户沟通时，要了解客户为什么给中差评，尽量给予补偿以满足，然后要求客户修改中差评。根据我的经验，直接返现是\*有效的解决方案，开始可以给顾客合理的补偿金额，如果顾客仍不满意，可以提高补偿金额。对于大部分顾客来说，给予合理的补偿后基本都会帮忙修改中差评的。

35.然而，可能仍然有个别买家不愿意修改评估，无论您如何解释和补偿。这个时候我该怎么办？此时，我们只能给客户一个评论，但我们必须注意评论的技巧。我们不必在评论中与客户争吵或过度解释。相反，我们应该考虑其他客户在阅读此评论后会怎么想？

## 七、竞争

36.商店如何应对同行的竞争？ 提高自己店铺的利润率、点击率和转化率。原因如下 1)提高利润率可以让你的商店比同行赚更多的每笔订单。2)提高点击率可以让你的商店以更低的成本获得更多的访客。3)提高转化率可以让你的商店更多的访客成为顾客。

37.提高商店的访客价值也可以提高你的竞争力。因为竞争越大，访客的获取成本就越高，这是你无法改变的，但对于所有商店来说，获取访客的成本差异不会太大。然而，如果一个访客来到你的商店，他可以产生比其他商店更多的销售额，那么在相同的流量成本下，你的商店的销售额会更高，利润也会更高。如何提高商店的访客价值？1) 提高产品的吸引力，从而提高转化率，让更多的访客成为你的客户；2) 围绕客户需求扩大商品类别，做好相关销售，提高客户单价；3)掌握客户的购物频率和活动节奏，适时通过CRM系统、钻展、等渠道联络消费者，提高复购率。

38、任何一个行业，大部分的利润都是属于行业第一名的，后面的只能喝点汤。那么如何成为行业第一名?答案是 颠覆现有行业或者培育一个细分行业。1) 颠覆一个行业是比较困难的，但是每个行业又都在不断的被颠覆。2) 如果短期内无法直接颠覆一个行业，那么可以对顾客进行细分，只围绕着某一类细分的人群提供更好的解决方案，成为这个细分行业的第一名。当这个细分行业的顾客非常满意后，可以向更广阔的人群进行拓展。

## 八、数据分析

39、店铺的一切问题都可以从数据中分析出来，从数据出发可以让你找到问题的关键，并且及时作出调整。

40、"支付转化率"是店铺\*核心的数据，没有转化率其他的一切都无从谈起。1) "支付转化率"要大于"同行同层平均"，"支付转化率"说明你的产品越受欢迎，访客价值也越高;2) 店铺的"支付转化率"是由具体商品的"支付转化率"决定的，想提高店铺的"支付转化率"应该先提高具体商品的"支付转化率"。

41、先提高"支付转化率"再提高"访客数"，会得到事半功倍的效果。分析"访客数"\*重要的是分析"流量来源"，分析不同流量来源的"数量"和"支付转化率"，找出"支付转化率"比较高的流量来源并想办法提高，不仅可以提高"访客数"还可以提高整体的"支付转化率"。

42、"客单价"的提升主要靠商品单价和关联销售。1) 在同样的流量下，尽可能把流量引导至"单价高"且"转化率高"的商品，并降低"单价低"且"转化率低"商品的流量，这样可以直接提高销售额和客单价。2) 优化宝贝介绍、营销活动、满赠规则、客服话术等，尽可能从顾客的需求出发吸引顾客买更多的宝贝，买得越多客单价越高。

43、"DSR动态评分"是反馈商品满意度、物流满意度、客服满意度的指标，这是反馈顾客满意度的数据。1) 虽然是3个评分指标，但却不是独立的。提高任意一个指标，都可以促进3个评分的提升，因为在顾客对某一个方面不满意时其他的分数也不会给高。2) 商品质量、物流速度、客服付是\*基本的要求，做好这三点"DSR动态评分"一般不会太差。3) 给顾客额外的赠品和惊喜可以提高顾客的满意度，从而提高"DSR动态评分"

44、涉及到店铺的数据非常多，限于篇幅不在——解释。当你在遇到一个数据的时候思考一下数据的本质是什么，然后再思考如何优化这些数据。

45、\*后要留意，有时候的数据是错的。例如预售商品的"支付转化率"为0，此时如何判断商品的真实转化率呢?答案是参考下单转化率"或者直接人工统计预售订单量再除以访客数。

46、上新不要随机上，定期上新，定好时间后要坚持，上新是维护老客\*\*的办法;上线前做好预热，在微博微淘短信都要展开;上新是为了从众发掘爆款潜质宝贝，所以要做好上新后的测款计划;结合柔性供应链，没有得到市场认可的款不要批量生产，以免库存压力过大。

47、投资\*重要的五个要领 1、看准一个团队(团队);2、发掘两个优势(优势行业+优势企业);3、弄清三个模式(业务模式+盈利模式+营销模式);4、查看四个指标(营业额+利润额+净利率+增长率);5、理清五个结构(股权结构+高管结构+业务结构+客户结构+供应商结构);

48、单点上的\*\*突破，往往能改变全局。没有取舍的结果，必然导致全面平庸。毫无疑问，对中小卖家来说，资金有限，资源有限，精力有限，没有品牌，从单品出发重点突破，单品致胜才是核心驱动力;复制爆款成爆款群，带动全店平销;主推款销量稳定，通过关联带动来分导流量。

49、一名好的运营，一定要学会通过现象看本质，在合适的时机做正确的事，凭经验感觉事件的是否合理性，会用数据去快速佐证，让团队少走很多弯路，减少企业的试错成本!能看到竞争对手改了价格，动了标题，换了详情，但看不到改动背后的本质!任何大店背后一定有这样的人，否则再大的品牌也起不来!

50、影响权重的维度越来越多，引流推广也变得越来越复杂。这一切是不是可以化繁为简?一开始就做好定位、选品、定价、测款、老客....然后再去大力推广。换个思维角度，从产品和服务的角度出发去做宝贝做客户，而不要跟着拼多多变化去单纯玩术的层面，那样猫捉老鼠的游戏只会把自己搞得很疲惫。