

南阳个人/商家想做拼多多开店流程及费用多少?

产品名称	南阳个人/商家想做拼多多开店流程及费用多少?
公司名称	南阳企常青信息技术有限公司
价格	1000.00/个
规格参数	
公司地址	卧龙岗汉画街118号建工集团院内
联系电话	15225602960 18238118463

产品详情

2024年南阳个人/商家/工厂如何开通自己的拼多多小店，这里给大家详细讲解一下。以免大家走冤枉路，

这里的入驻分2个，一个是个人店，一个是企业店，个人店顾名思义，就是用个人信息开的店铺，企业店铺，就是用企业信息开的店铺，如果有企业资质的，可以开企业店铺，相关的要求，在下图。

考虑到我们更多的是个人开店，小编就个人开店来给大家讲一下开通方式哦，首先我们需要准备身份证和银行卡，如果身份证不在身边的话，照片也是可以的。

第&一步：电脑搜索拼多多，进入官&网，点击商家入驻，填写相关信息。

第二步：输入手机号和设置一个密码，输入验证码，直接点击0元入驻。

第三步：填写店铺名字，选择个人店，开始进入认证。

第四步：等待认证审核。

入驻的时候注意，如果不方便使用电脑的话，手机下载一下拼多多商家版，直接开始实名认证就可以了。

等待审核通过就可以开通属于你的个人的拼多多店铺了，是不是很简单呢？

拼多多店铺开起来容易，但是也是需要我们来精细化运营的，特别是平台规则，拼多多之所以让商家又爱又恨，就是因为拼多多的平台规则太偏买家，但是细细思考还是很能理解这些规则的产生，不管怎么样，在哪个平台开就遵守哪个平台的规则，诚信经营。

拼多多起新店不要太实在太老实，今&天我教给大家30天内怎么样快速起拼多多新店

五个关键的操作就可以搞定，你们直接复制套用就行，这套打法很适合刚进拼多多的朋友，兄弟们做店的话一定不要盲目做店，内容比较长，你坚持看完一定会有收获的。

第&一个的话你就要选好款

以及知道怎么样去做正确的上架，有工厂的就做自己的货，新手小白代发呢，就去档口或者1688这类平台，选款的灵感可以从抖音或者b站去找一些新款，没有价格优势你就不要去做爆款了，选择次样的款一样能卖。

很多人直接在拼多多上面去找那些爆款，你想想拼多多爆款那不就是全网Zui卷的款吗？所以要取舍一下，不要去追求太高的热度，其实常规的上线能找到一些不错的款，另外上架后的操作很关键，有几个点需要注意一下，

首先主图不要直接搬过来去用，同款太多你很难做起来，你可以从它详情里面去截取一张产品图，自己弄一下文案，搞定五到十张就可以了。其次详情的话你可以直接照搬，但是规格文字和规格图你一定要避免同行。以上的操作就是为了更好的自然去出单，但是如果说你是为了直接去比你的同行，那么你可以直接100%的去照搬，你的价格比他便宜，就能够通过比价获取到大量流量。

第二个就是新店的店铺权重你要知道怎么去做

为什么要去做店铺权重，因为新店初期你要做的上新比较多，如果每一个新品你都要去做基础的话，是不是都已经破产了？

那么首先要去做出店铺的dsr，需要50个有效的评价，默认的五星好评以及批发出评都不算，要真实有效的。

然后店铺层级要做到四层级以上，注意没有DSR光有店铺层级是没有任何价值的，所以不要上来就直接去刷层级，先做DSR,90天内所有的链接加起来有50个评价就可以了，找朋友、报活动，开车或者找团长都是可以出的，成本也就是几百到1000不等，注意这个是必须要做的，不要舍不得，

尤其是在你开车开不动的时候，刷层级的话，就是在服务的数据成长层级里面，按照你金额乘以30天，然后用小号在自己店拍下大单之后退款就可以了。

第三我们要去做一下我们的商品的权重

商品权重是什么？其实就是营业额在拼多多的营业额权重是Zui高，有dsr就更好，所以商品前期你要低成本的去搞权重，Zui简单的方式就是拍个大单，但是得发货，不是前面层级单的那种退款单，成本高一点的就是开车活动或者跑一波进宝。顺变呢，上个好评也是可以的，

但是记住了，所有的营业额一定是以真实成交的营业额权重是Zui高的，有了权重之后呢，你再去开车就非常容易开动了，产品多的情况下，我们可以选择不做商品权重，成本太高了。

第四就是测图测款测价了

很多老板为什么说投了很多钱去开车上活动，去搞一些玩法，到Zui后呢，都是血本无归，其实就是因为闭着眼睛去操作的，不愿意承认自己的产品不行，我们一定要承认自己的产品它是属于平庸的，平庸也有平庸的赚法，哪有随便一个产品，他一上来就爆掉，一上来就做成，哪有那么简单，所以一定要ti前测试。

那我来说一下流程，首先测款、测图、测价，都是在同一个计划里面去操作的，不要几个计划分开来测，不好看数据也浪费钱，那我们测款就是判断一个产品它能不能做下去的标准，所以收藏率的话是主要的标准，一般开场景OCPX上去测一下收藏率有没有5%，自然测款的话就从商品的数据直接去看，

测图的话，每一个渠道的点击率都会有不一样的，比如说场景大概率是在2-3左右就可以了，搜索大概率

是在五以上是比较优&秀，全站大概率会在六以上是属于优&秀的。

至于测价都看转化率，场景跟搜索转化率都是可以的，但是场景到达行业均匀就可以了，搜索可能会偏高一些，大概10%上来会比较合适一点，如果能达到20%还是比较优&秀的，但转化率越高扣费越高啊。

在测试的时候Zui好选择一个工具去贯穿式的前后，比如测款、测价、测图都用场景OCPX，虽然说它会比较慢，但是它相对而言是比较准的，而且省钱。

第五的话就是链接的拉升

当你选好一款之后呢，怎么把它的订单ti高起来，链接ti升其实就是权重ti升，对不对？权重ti升的是什么？就是营业额的ti升，所以链接拉升就是给他找渠道ti高它的营业额。那这里面我们会有这种常规的方式

第&一种拉升就是加大付费，这个时候我们可能会用搜索，也可能会用全站。第二种就是用活动先付费，拉出一定基础之后去报584，所以链接拉升就是营业额的拉升，

但是拉升都是在建立在产品前期测试没有问题的基础之上，如果说你没有测试好整体的基础情况下，你去做拉升，那就会很亏了。那拉升一般是什么？就是你慢慢的放大到一个峰值之后，然后在这个峰值之后你要坚持七天，这个时候才是你真正的权重Zui大化，

不是说每天一两百的，两三百的，这个叫拉升，这个只是叫逐渐的放大，大家一定要明白这个基本的道理。

我们一般在进行一次Zui大化拉伸之后，我们还有一个二次拉升，也叫渠道拉升，也就是说我们会把产品布局到各个流量渠道的上面，拼多多流量渠道一般是什么？搜索的比价渠道，活动的频道，还有场景的推荐渠道，那前面搜索跟场景大部分都是能拿到，但是九块九领券中心，包括个性化首页推荐上首页呢，这些渠道就需要根据我们自己一个价格，还有产品的一个布局情况去报名了，Zui好是挂一些渠道，这样子也可以避免出现同行高价。