

合肥专业淘宝运营培训班说阶段性搜索流量

产品名称	合肥专业淘宝运营培训班说阶段性搜索流量
公司名称	合肥惟米电子商务有限公司
价格	2200.00/个
规格参数	
公司地址	合肥市瑶海区站前路浙江商贸城C座19楼整层
联系电话	15209870589

产品详情

合肥专业淘宝运营培训班说阶段性搜索流量

流量，可以说是每个淘宝店主关心需要的，但流量从来都不是轻而易举就能获得。所以，新产品上架到成为爆款的这个过程通常很曲折很困难。

下面，我们就来讲解，如何一步一步引爆新品的搜索流量。

打造爆款是否成功的因素，就是产品日均流量能够引来多少搜索流量。

新品上架后，搜索引擎是有四个阶段的考核周期，每个阶段考核时间为7天，如果在这个过程中，新链接优化的有一定起色，流量就有很大可能会源源不断的进来。

除开一些太冷门的小类目，这四个阶段的考核指标基本上适应所有类目。

下面就为大家介绍这4个阶段，以及每个阶段考核的指标。在操作前记住：一定要测款！测款！测款！否则无论怎样用心操作都很难成功！

1产品上架的个7天，搜索引擎收入产品后就会对产品进行考核，这段时间主要考核新品的点击率，直接影响点击率的因素是主图。

我们在上架一款新品的时候，一定要了解核心关键词下竞争对手的主图情况，突出差异化，优于对手，才能让点击率处于上升阶段。

建议将点击率做到1.2倍左右，具体可以根据类目的流量情况上线浮动一些，反正一定要是行业优秀水平。

第二阶段第二阶段是产品上架后的第二个7天，这个阶段不需要太多优化和操作，重点考核的就是收藏率和加购率，这里指的是收藏率和加购率，并非收藏数量和加购数量，而是收藏率和加购率有递增趋势，才能达到淘宝搜索所会关注的指标。

第三阶段是考核新品链接的转化率，这应该是各位卖家熟悉的流程了。

有些需要提前打造爆款的类目，例如服装行业，在这个阶段的转化率就有点尴尬了。季节还没到，很多消费者都不会忙于下单，基本都是收藏和加购，对此商家可以利用促销方式让加购收藏的商家提前下单。

另外，还有一种方法就是补单，记得适量补好转化率就可以了，千万不要超出行业均值的1.2倍以上。

这里的转化率和第二阶段中的收藏率和加购率是不同的，转化率只要维持住优秀数值即可，并非需要递增模式。

第四阶段后一阶段是收尾考核指标，是考核买家对于店铺新品的反馈。反馈内容包括：退款率、评价、DSR评分、分享指标。

退款率、评价、DSR评分这三个指标都是大家熟记于心的了。我们重点说一下分享指标，这里的分享指标主要是交易成功后的买家对产品分享的指标，所以，好要开启链接淘客分享功能，用利益驱使买家对产品去分享。