

拼多多代运营单品爆款打造

产品名称	拼多多代运营单品爆款打造
公司名称	杭州臻广科技有限公司运营部
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	杭州经济技术开发区4号大街28号2幢517室
联系电话	18966166821 18966166821

产品详情

一直在说拼多多是个单品爆款打造的平台，通过一个款式卖好之后，带动店铺其他产品的关联营销，下面我给大家讲下打造爆款的意义：

我们从电商行业归类的角度来看，简单来讲就是强者越强，弱者越弱。现在平台也在践行这种规律，产品销量越大，越是爆款，越容易得到各种资源。比如首页，各种活动资源位，当你量起来的时候，当地的各种资源，工厂资源，快递资源等等都会上门谈合作，给予到双方互利的空间。

一.市场分析和选款：

如何选到适合打造爆款的产品？

商家一般有两种情况：

1.手里已有多款产品，如何从中挑选出适合打爆款的产品？

2.没有任何产品，又如何去找到适合自己的爆款产品？

想要获得答案的商家们就要进行市场分析，那市场分析有主要有哪些方面呢？

1.产品的市场有多大？

2.竞品的实力有多强？

3.产品的毛利有多少？

4.我的优劣势是什么？

下面就用洗面奶来举个例子做讲解：

1.洗面奶的市场有多大？

由于拼多多官方没有提供数据，但我们可以打开拼多多APP，通过搜索“洗面奶”，发现销量前2名的累积销量均为10W+，说明市场不小的，对于大多数中小商家来说，市场是足够大。

假设我们的目标是进入销量前2名，打开拼多多APP搜索洗面奶，点击销量排名第一二个产品就是就是我们的竞品。我们需要分析他们的产品进货渠道、成本、赠品、日订单量、流量来源等情况。

3.产品的毛利有多大？

已有产品的商家，需要分析对比自己和竞品的毛利空间。

没有产品的商家，分析一下目标竞品的毛利空间，看看是否有足够的毛利空间可以做。

4.自己的优劣势是什么

每个商家的情况都不同，所以优劣势要根据自己的情况分析。

通过以上洗面奶的例子对这四个方面的分析和对比，相信商家们会找到适合自己的爆款产品。当然可能需要分析多个产品才能找到更适合自己的，市场分析和选款很关键，建议大家在这方面要多下一些功夫。

二.产品定位：

产品定位是衔接选款的，产品定位又符合选好的款的特点，因为产品定位基本由选款来决定。产品定位主要是通过2个方面来体现

1.产品定价

一个产品的价格，决定了产品所在的市场和它对应的消费人群

产品定价的策略大方向上有三种：

成本导向：根据自己的成本来定价

需求导向：从客户的需求，从市场竞争的角度来定价，也就是随行就市，这个时候成本方面考虑会少一些

价值导向：是从能为客户创造的价值来定价，这种一般只有头部商家才适用，对于大多数中小商家来说，同时成本和需求导向两方面来定价会更合适。

2.产品设计

产品设计要符合产品消费人群的喜好，比如说功效、外观、颜色、气味等等，同时最好能和竞品形成一定的差异化，这样更容易让消费者记住，更容易脱颖而出。

例子：

某口可乐和某事可乐，因为消费人群是年轻人，两者的设计都偏向于年轻人的喜好，大家都知道可口是红色，百事是蓝色，两者有很明显的辨识度和区分度，从而更容易被消费者记住，占据消费者的心智

三.店铺和产品内功

选款，定价和设计都弄好以后，接下来我们就可以上架商品，如何做一个好的详情页，也就是指好的产品内功。

店铺内功，主要是指店铺装修，拼多多店铺装修比较简单，主要是这三个地方，商品分类、店铺首页、专题页面。商品分类比较简单，但也要认真做好，因为只有做好了，买家才可以在店里更迅速的找到所需要的商品，建议产品比较多的可以提供多个分类的方式，方便买家找到所需要的商品，

店铺首页主要是讲店铺首页的轮播图，轮播图的位置比较好，建议都要做，可根据自己店铺的情况，引流的爆款，新品或者利润款等。

专题页面，主要是在活动时用到。做好店铺装修，可以体现店铺的专业度，提高买家对店铺和产品的信任度，从而帮助提高产品的转化率，同时也可以引流到指定的产品上面。

相对来说，产品内功对于买家消费者的决策影响更大。产品内功，主要是指主图，标题和详情页，那么做好产品内功，我们要达到什么样的效果呢？

总结一下主要有以下几点：

- 1.把产品信息传递给消费者
- 2.解答消费者的疑惑
- 3.消除消费者的顾虑
- 4.体现店铺的专业性
- 5.挖掘和创造消费者的需求

另外做好主图还能增加点击率，做标题时只要符合平台搜索引擎的规则就能增加展现的机会。写标题时可利用第三方软件，利用搜索热度、匹配度、相关度较高的关键词加入标题，上架成功后，再去实时监控需要推广宝贝的关键词，综合分数太低，或者下降的趋势都选择删除，保留更加精准的词加入标题，使标题做到点击率高，更有利于产品推广，在推广的过程中如果还是销量不理想，也要对应的优化自己的产品图和SKU价格，提高产品销量，提高热度。

总结一下，优秀详情页的结构一般是这样的

- 1.海报图（精美的海报图，点进来的潜在顾客产生购买欲望，从而希望继续了解更多产品的信息。）
- 2.产品基本信息参数（让客户对商品有一个基本的了解）
- 3.用户痛点（分析客户的痛点，让客户产生需求）
- 4.产品解决痛点（介绍产品是怎样解决客户的痛点，满足客户的需求）
- 5.产品卖点介绍（除了解决客户的痛点，还能带给客户更多价值）
- 6.产品实拍图/细节图的展示（提高顾客的购买欲望）
- 7.品牌故事/资质证书展示（提高客户对品牌和产品的信任度，打消最后的疑虑，从而下单）

image

四.爆款打造四小阶段：

第一步：快速破零

快速破零有哪些途径？

- 1.推荐给老客户（建议适当的给一些优惠给老客户，这样既回馈老客户又能让新品快速破零，一举两得。）
- 2.通过店铺推荐，关联交易
- 3.分享到亲戚朋友，VX群，QQ群，以及朋友圈等社交软件
- 4.设置多多进宝
- 5.开启推广（推广也是一种相对有效的破零途径）

第二步：销量提升

破零之后，就到了第二步，这个阶段主要是尽快提升产品的基础销量

- 1.重点提报门槛低的活动，如限时秒杀、九块九等，特别是限时秒杀，活动效果比较好。
- 2.建议提报多多进宝置顶
- 3.加大推广力度，尝试多种推广位置

第三步：冲击爆款

这个阶段要尽最大可能获取销量，冲击爆款，打造爆款

- 1.争取各个资源位和渠道的流量（如限时秒杀，大牌清仓，品牌馆等资源位，能上的都要上）
- 2.可多次通过限时秒杀等活动快速提升销量和排名，超越竞品
- 3.同时在自己可以承受最大预算内进行各个位置推广，有授权的品牌类商品还可以购买CPT（按时付费。就是目前的首页包时，针对品牌而开放），确保流量稳定性。
- 4.这个阶段要不断的冲击首页和推文，首页和推文是打造爆款的大力气。

第四步：培养新品

这个阶段以利润为导向，维持销量的同时可以获取最大利润；同时，要养第二个产品，紧接着上来；

- 1.根据消费者的反馈不断优化产品
- 2.维护好DSR和转化率
- 3.控制好推广的ROI

4.维护好老客户

5.培育新的爆款