

为什么拼多多推广数据和商品显示数据不一样 拼多多运营找天赞

产品名称	为什么拼多多推广数据和商品显示数据不一样 拼多多运营找天赞
公司名称	浙江天赞网络科技有限公司
价格	258.00/份
规格参数	品牌:天赞 服务范围:全国 公司地址:杭州
公司地址	杭州经济技术开发区下沙街道金乔街583号金湾 创业大厦一区
联系电话	13173604030

产品详情

为什么拼多多推广计划数据和商品显示数据不一样

拼多多店铺运营中，任何一款新品都需要做市场推广，如果不做推广很少能够拥有流量和转化，不过在推广的时候也需要对数据进行调整和优化，这样就能够帮助各位商家用最少的钱达到最好的效果，另外也有商家发展推广计划的数据跟商品所显示的数据之间有差异，这是怎么回事呢？

如果出现了这种情况的话，各位小伙伴应该要考虑是后台的推广数据出现了问题，主要的原因是以下三种：

1、数据统计的口径不同

在拼多多的数据统计口径中主要分为两种，一种是窄口径，另外一种为宽口径。窄口径的就是用户搜索一个关键词而找到商品并点击购买的直接转化，而宽口径就是用户通过一个商品跳转到店铺的其他商品，直接的跟间接的都会计算。

2、关联点击天数不同

关联点击天数其实指消费者的有效点击时长。因为消费者并不是在点击之后就立刻购买，还有可能是收藏等一系列的操作，然后再下单，因此这也会被计算在下单这一节点之前的所有点击关键词、定向条件或资源位的效果上；

虽然所占比例比较小，但是不管通过搜索推广、明显推广、首页Banner或者场景推广，都会有关联点击天数存在。但是不同类目的商品关联点击天数也是不一样的，在1-14天不等。

3、点击关联方式不同

最后就来将一下点击关联，比如说是一条裤子，可能消费者就搜索的“裤”这个词，点击后并没有发生购买，后面又搜索了“保暖裤”，还是点击没有购买，最后搜索“薄款保暖裤”点击购买了，而这三个词在点击关联上面都会关联到1笔成交，而实际上只成交了一笔。

如果是“最后点击关联”，那么消费者在搜索多个关键词后，通过最后的一个关键词购买了商品就只算该关键词的一笔成交，而且两种统计的方式也不一样，因此也会让数据不同。

因此各位商家应该在遇到拼多多的推广数据跟商品实际显示的数据不一致时，各位就要看一看推广后台的各项数据，然后认真的分析情况，这样也就不会带来更多的疑虑和误解了。

浙江天赞网络科技有限公司落座与人杰地灵浙江杭州专注拼多多代运营。

专营项目：产品定位，市场分析、店铺进行全面诊断，给您出具方案，进行店铺的标签打造，风格设计定位、人群定位接下来做竞品打压、爆款打造、活动策划，粉丝维护！

天赞的优势：服务至上每个合作客户建立自己的项目群，团队，客户，配备项目监督员，来监督团队执行力，积极性！每天反馈工作内容，每周每月目标计划跟进并落实！

天赞网络服务宗旨：今日事今日毕，不拖延！天赞网络使命：让天下没有难做的电商！