

# 拼多多运营管理，店铺通过人群画像指导运营让店铺效果翻倍

产品名称	拼多多运营管理，店铺通过人群画像指导运营让店铺效果翻倍
公司名称	浙江天赞网络科技有限公司
价格	6800.00/套
规格参数	品牌:天赞 服务期:1季度 服务内容:全托管
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

拼多多运营管理，店铺通过人群画像指导运营，让店铺效果翻倍

什么是用户画像？

作为大数据的根基，用户画像完美地抽象出一个用户的信息全貌，为进一步精准、快速地分析用户行为习惯、消费习惯等重要信息，给消费者赋予一个标签，这也是千人千面的由来。

用户画像对电商运营有什么用？

如何进行商品的定位、如何去优化消费者购物体验、如何进行广告的精准投放，这类问题的解决需要结合受众消费者的需求特性以及行为组合，去优化自身商品的调整策略。举个例子，店铺某商品已售出2000件，有1000个用户在购买之后连续3个月未访问过店铺，我们就要考虑如何让这1000个买家能再次访问购买并且活跃起来，就需要分析这批用户的画像（为什么不访问？喜欢什么？消费能力如何？等等。）

，这样我们做的营销才有针对性，转化才能高。

玩过DMP的人应该都了解，DMP就是通过筛选人群条件，选取适用于不同营销场景的优质人群进行投放，达到流量精细化运营达到高投产的目的。设想一下，如果商家了解自己商品的用户画像，再根据数据精准商品的用户画像，那么ROI只会更高。

用户画像怎么用？

一 数据采集了解用户

我们可以从后台拉取的关于用户画像的特性包含四个方面：认可属性、行为偏好、消费能力、用户轨迹。（使用DMP的商家都可以在后台拉取人群包的推广数据，通过测试分析从而得出商品的初版用户画像

。 )

## 1、人口属性

收货信息中可获得所属地区，DMP人群透视可以分析得出商品的用户的部分人口属性特征：如性别、年龄等。

## 2、行为偏好

可以判断某类目人群的关键词搜索偏好，也可以从第三方平台了解商品的使用人群的顾客爱好，并贴上对应的标签，比如电影达人、爱美一族、旅行达人、吃货达人等。

## 3、消费能力

通过分析类目用户的消费单价、月均消费笔数和月均消费总额了解用户的消费能力，

## 4、兴趣爱好特征

用户点击、搜索、收藏、购买、分享店铺的类型，可以分析出用户对某些品类、商品的偏好度，从而进行某个品类的专场营销活动。也可以根据这批较为精准的人群，持续关注营销活动中点击、收藏、购买和分享的数据表现，监测出营销活动对于点击率、转化率的影响。

注意：我们也可以通过用户轨迹这一维度，将人群圈在老客户（收藏、点击、购买、分享）然后通过人群透视了解老客户的人群画像。

## 二 筛选分析信息并指导运营

用户画像有其自身的特性和局限性，例如无法100%地描述一个人，且具有时效性，因此，需要根据用户画像的基础数据持续更新和修正，同时要善于从已知数据中具象化出新的标签使用户画像越来越鲜活立体，发挥其参考指引价值。

日常运营时我们可以根据商品数据中的浏览量和点击率和转化率，大致判定出是轮播图不好还是详情页需要优化，但具体怎么优化，很大一部分是从自我感受出发进行修改，但是如果了解消费者的特性，优化方向就相对更明确。

除此之外，用户画像指导做服务精细化。

对于很多人来讲，选择一旦过多就会进入比较，一旦比较购买决策时间势必会拉长，这跟手机端这种屏幕小观看时间短的决策购物现状是相悖的。当前购物决策时间极短的现状决定了我们必须在更短的时间内抓住消费者的注意力，并且说服消费者。而不管是视觉营销还是客服销售，都是没有最好只有更好，但是更好的服务是无法让客户一直满足，没有哪个商家能够满足所有的要求，只能在特定的场景下你的服务刚好是消费者最在乎的，所以我们要对消费者做服务的精细化运营，将客户分类分群，找到那个爆发的点。