

拼多多代运营 如何提升替换参考商品上资源位的机率？

产品名称	拼多多代运营 如何提升替换参考商品上资源位的机率？
公司名称	杭州臻广科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	杭州市钱塘新区4号大街
联系电话	18966166821 18966166821

产品详情

如何提升替换参考商品上资源位的机率？

拼多多竞价活动是什么意思，如何报名？而且竞价成功后会有怎么样的权益？为什么之前报名了很多次都没有通过呢？今天带大家详细解读一下：

在如今一个流量贵如金的情况下，能有一个免费登上首页资源位，获取千万级流量的机会真是太难得了，而品质招标活动就是为商家们提供这样一个机会，替换首页资源位的商品，继承它们的流量。

但是，难得的机会摆在面前，很多商家却因为各种原因没有把握住，所以此次课程就重点帮大家梳理未中标的失败原因，提升商家们中标的机率！

首先，在寄样的时候，大家要检测竞标的商品是否需要寄样，避免无用功。若竞标的商品是需要寄样的，商家一定要确保在招标活动报名截止前，样品已经入库了，以方便运营对样品进行审核反馈。

查看商品是否需要寄样：在商家后台-竞价活动-寄样管理-发起寄样申请中输入商品ID进行检测；
查看样品是否已入库：在商家后台竞价活动——寄样管理中查看寄样结果。

所以，对商家来说，比较稳妥的方法是查看预测商品并提前寄样，确认样品入库后，再报名招标活动，当然如果商家可以确保物流没有异常或延迟能够在报名结束前入库，也可以先报名，再等待入库。

“产品一样，但是品牌不同，算同款吗？”

“材料一样，但是包装用的是塑料盒不是纸盒，算是同款吗？”

“同一个水果，但是产地不一样，属于同款吗？”

.....

很多商家对于判定自己的竞标商品和参考商品是否为同款是比较模糊的，经常抱着“应该是同款”的侥幸心理去报名活动，所以会有很多商家因此原因被驳回。首先我们来了解两个问题：

品质招标是为首页资源位找商品，所以活动组也要为众多能看到商品的消费者负责，什么是消费者会买单且感兴趣的物品，而本身就在首页资源位上的参考商品就是一个标杆，可能是因为这个商品的款式，颜色，或者包装等因素而受到欢迎，所以要求保证同款且在其基础上能够更优质，也是为了最大程度确保商家替换上资源位后也能大卖。

不是的，但是不一样的地方要确保这一定是可以为你的竞标商品加分的。

比如：参考商品是一级核桃，你的竞标商品是特级核桃，或者参考商品的衣服是含有70%的棉成份，但是你的竞标商品含有90%的棉。这些属于加分的不同之处是可以接受的。

但是，有些不同之处，消费者对于优劣没有共识，不同的消费者会有不同的看法，不能确定哪个更优质，那么就需要保持和参考商品一致。

比如：参考商品是V领，你的竞标商品是圆领，或者参考商品是黄心番薯，你的竞标商品是白心番薯等，

在比较这些基本属性是否与参考商品保持一致的时候，不同的类目会有不同的维度，比如服饰会比较材质，款式，品牌，成份含量，尺码等；而水果类会比较产地，品种，大小，净重等；海鲜产品会比较产地，包装等。

建议商家们可仔细查看参考商品的商品属性，以及详情页描述，一一比对，能做到同款更优即可报名。

另外，品质招标活动有个最新功能，无需商家费力比对，系统会自动帮助商家辨别店铺的商品和正在招标的商品有哪些是同款，如果匹配到是同款，即在商家后台首页-我的活动-竞价活动中出现【有同款】的字样提醒！

运营在评判竞标商品是否优于参考商品的时候，销量也是一个非常直观指标，虽然目前没有对竞标商品的销量有具体的要求，但是如果在那么多的竞标商品中，大家都符合条件，且

品质不相上下的时候，那么销量较高的商品就更有优势能够竞标成功。所以建议大家可以先用多多进宝冲一冲基础销量再来报名。

1, 什么是热销SKU?

比如参考商品是一个橙子有以下几种SKU, 其中3斤的大果和5斤的中果买的人最多, 也就是所谓的热销SKU.

如果一件商品有许多热销SKU, 是不是都要匹配呢? 不是的哦, 系统会按一定比例自动抓取参考商品的热销SKU, 最多8个。其他SKU允许存在差异。

在报名活动的时候, 商家需要针对参考商品热销SKU逐一选择自己商品的SKU进行对应。

失败案例:

只要商家们都对照参考商品的热销SKU属性, 仔细填写一一匹配即可, 但是提醒商家不要为了匹配而没有根据实际情况来填写, 因为样品组会给出有看样反馈, 如果与实物不符也会被驳回, 另外商详情页与实物不符也会产生售后问题, 反而给自己的店铺造成负面影响。

竞标商品想要替换参考商品登上首页资源位, 能做到同款是基本要求, 最重要的是能做到同款同价更优质。

那怎么判断什么样的商品更优质呢? 因为商品是要卖给消费者的, 所以需要站在消费者的角度上思考。比如食品类的商品, 对于消费者来说生产日期, 口味等因素更会影响到购买与否的决定。或者衣服类的商品, 消费者更注重买家的评分等等。

所以更优质是指, 竞标商品需在某些方面更优于参考商品, 且此优势能够加强消费者更愿意购买的决定。

举个例子