

# 上海拼多多代运营 专业运营公司 运营托管

产品名称	上海拼多多代运营 专业运营公司 运营托管
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

上海拼多多代运营 专业运营公司 运营托管

我公司专注做拼多多全托管，深度代运营服务，一般店铺的操作常见问题如下：

拼多多代运营 答：转化率的因素有非常多的。很多商家都究竟转化率低是否存在详情页，其实这答案也是必然的，但并不代表全部。因为从关键词的搜索消费习惯、消费者进店的模式、刚需、软需，都是消费者心理的各种想法导致成交力度的大小。针对转化率可以给予几个关键的点参考：

1) 什么渠道进店的：不同的渠道点击商品，产生的转化也会不同。如果是通过活动进店的，你可以保证消费者是刚需性的点击吗？比如我做女装的，上了一个秒杀活动，消费者是从秒杀活动看到我的女装商品，而脑海里并没有真正的需求购买，可能是看到价格便宜点击，可能是看到款式点击，所以真正的购物意向并不会很强，所以转化率有所考量。

2) 关键词搜索、场景，转化不同：通过关键词进店的转化是大于场景的，这点无可否认。我今天需求“纸巾”，我从搜索上进入商品，看的就是质量、评价、价格，是否符合我，符合我就下单，如果不符合我就再浏览其他商品，这算是刚需了。场景就是可能已经从搜索里买到了刚需的“纸巾”，但我再浏览其他商品的时候可能出现了另外一款纸巾，我会点击的原因是想对于一下与我之前购买的纸巾有什么区别，而下单的几率已经降低了非常多了。所以搜索是转化的核心。

3) 详情页介绍：功能介绍完整、核心卖点透出，是详情页必备的条件。详情页影响转化也必然的，但并不代表全部，所以我们详情页做好了与同行接近的核心点就可以，不需要频繁修改或执着的优化。

4) 文案深入：文案是核心卖点的透出，一句话概括了产品真正的核心。如果我商品是以价格取胜，那我文案：可以放一张模特图，文案：不能再低了！！

2、问：场景转化可以，搜索推广没怎么开。最近场景也开始不行了，怎么办？

拼多多代运营 答：这个话题和问题，其实已经解答过好几次了。搜索推广与场景推荐有比较大的差异。

搜索推广是针对关键词而进行的推广工具，比如我做女装连衣裙的，我搜索推广添加的词：连衣裙雪纺修身、连衣裙冬季花纹、、、等一系列的关键词，是因为我想要得到这批搜索这类型关键词的人群，所以我选择了此类的关键词，那如果是搜索推广优化较好、出价、权重，等一系列做好了，那你的这一系列关键词点击人数较多，长尾词的转化和各方面都会有所提升，因为都是精准搜索消费者。

那场景这块来说，就是通过别人宝贝去展现自己商品的。如果是别人做了搜索推广：连衣裙雪纺，消费者从竞店的商品浏览过后看到你的场景推广商品，那有可能出现几个问题：1) 商品是否与我心中想的一样；2) 商品价格是否符合我；3) 商品我是否已经购买过了。所以做场景的商家，一定要注意的就是这几个核心点，你如何去优化好这几个核心点，然后再通过场景去击败竞争对手即刻。

最后，你的场景要是做的好，搜索推广一定要记得去做，因为搜索推广的点击精准、人群精准，对于停留时间的提高，对单品是有好处的。场景现在掉下来，有可能是大促的原因，也有可能是你的场景推广过程转化率较低，从而系统判断你不怎么合适推送给其他人群，降低了权重。

3、问：店铺评分低，三低，要怎么弄？

拼多多代运营 答：店铺评分低，是因为你的商品描述、物流快递、服务体验，三种导致的。有时候就算你的这三种都做到位了，一样是容易降低的。是因为同行竞争下较大，你的拼多多竞争同层级商家做的比你高很多。所以你的评分才会低的。想要拉高评分，必须从店铺服务开始：

1) 商品描述：商品的整体主图、视觉、文案，是否与实物接近，这一点是买家体验，也是很关键的一部分，因为这一点做不好，很有可能影响到评分的同时，也影响到好评差评。

2) 物流快递：快递速度、快递服务、物流信息，等方面的要求。物流异常会影响店铺的权重，更会影响评分。

3) 服务体验：服务体验值得是多方面的，重点是客服服务，客服5分钟回复率也是会影响店铺权重的，想要提高，就找两个认识的人咨询一下也可以的。当然除了客服之外，服务体验包括了：售后服务、售前服务、物流速度，，，等多方面综合的服务体验。

做好这三点虽然不容易，但这是店铺的命根，我们必须从不做到行！

4、问：怎么看别人都是十多万销量，我们这个类目都基本达不到的这个销量的。如果我做应该怎么做，老师请指点哈~~

拼多多代运营 答：每个类目并不是需求量不够大，而是没有一个专注性的买家出现。我们之前做健身器材（电动哑铃），那时候销量最高的也是月销5000+，我们做这个类目的时候，前期就是新店，做好基础内功之后，我们直通车出价直接做到8-12元一个关键词，然后尝试报名各种活动。因为类目局限性的原因，很多商家都并没有专注做这个类目，而我们去专注之后，最高一个月销量是3万+，这个时候已经是突破销量最高5000+的6倍。

所以这里可以说的是：每个类目的销量都不并不是你搜索后的结果，而是看有没有商家愿意去专注挖掘。挖掘过后，突破的数据就是后期别人作为参考的数据。你是想成为第一个吃螃蟹的，就要有破釜沉舟的魄力。