

拼多多代运营直通车烧车

产品名称	拼多多代运营直通车烧车
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	公司地点:浙江杭州 服务:全托管外包 模式:三对一
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

我看了太多点击率，转化率辣眼睛的商家朋友连续开三个月车，连续亏三个月店铺还没有一点自然流量。我都不知道他是怎么坚持下来的。下面只教你们什么时候该花钱，什么时候该克制自己。

【第一点】整体把控

先弄清楚自己的产品是标品还是非标品，两者特性不同看图，做好自己的准备。

1、标品：规格化的东西

手机、电脑等

关键词少，转化很集中

(好的链接能持续保持高销量，两级分化比较严重)

爆款周期相对来讲长一点

2、非标品：无法进行规格化分类的东西

女装，这种关键词多，产品差异大，爆款周期相对来讲短，前期运营资金多一点点。

后期稍加维护即可跑量

【第二点】特征了解

看图商品本身的特征，不要去分什么利润款引流款。本来引流款能挣钱的被你霍霍了，我们只看数

据达标了，我不管你利润多高都能跑量，不达标再调整。

链接基本数据要达标，第一点就是点击率，转化率，看图一定要去对比同行，同行七天优秀平均数据都能看到，如果数据和同行差距很大，求你别接着花钱去烧了，没用的你放心你做起来了嘉华老师亲自给你道歉，停车优化。第二点筛选主推款的时候看一下访客浏览比，这个值是一个很综合的数据反馈，这个值越小说明链接潜力越强，尤其是卖的东西很统一的情况下这个数据最好的一定是潜力最强的，你要想顾客重复进来看的次数平均越多一定是吸引力在那，这个数据平均下来最有参考价值，如果数值接近一比一你就要思考了能不能主推。不要做了一个款就一脚油门到底。第三点收藏率，店铺推荐位设置好，一段时间换一下位置，这样下来确认款能省不少钱，有时候比你开车测款还准。

1、商品：本身特征

大众款：太过个性化小众注定很难成为爆款

利润款、引流款：不用过多的去关注这个，引流款不代表利润低，利润款不一定不能跑量，只需要关注链接的基础数据，（有获取流量的能力点击率有转化率的保证，我们就已经达到了跑量的条件了，所以说有利润也能跑量）

2、数据标准：优秀的点击率以及转化率

参考拼多多后台--推广工具--商品诊断

【第三点】基础环境

爆款起来也需要环境，层级在拼多多上边不能代表你流量有多好，但是高层级起款速度能快很多，所以尽量保证店铺处于高层级，这在拼多多上不难。速度很重要，很多小白商家短时间内看不到效果就开始瞎搞了，基本就是刚开始还能有心态做，后边就是自暴自弃了。多多进宝只是叫你去尝试能不能以平均水平推的动，如果可以后期你多一个推广手段，多多进宝切记不要一咬牙，设置一个巨大的折扣比例，这样就算能卖货，也用处不大。多多进宝最主要的还是推手，很多时候不是不能推，是没人帮你推，所以这方面的资源平时去找去积累。利润空间适中就行了，你价格比不过别人很多时候这是注定的事情，所以做好其他方面。

1、层级

拼多多层级并不能代表你能保证有多少流量

2、多多进宝日

多多进宝官网-找到自己类目的链接-看佣金比例

确保链接能够以同行平均佣金比例推动

3、利润空间

利润空间要保证，不要刻意的去和同行最低比价

不然付费推广成本过高，后期很难维持。

【第四点】链接基础

分为四个方面沉下心做好，基础销量，主图详情买家秀。

1、基础销量：达成基础销量的流量入口要丰富 关键词成交，分享成交，类目成交，收藏成交，多多进宝成交

基础销量对于点击转化影响不大上百就可以了

2、主图：参考同行优秀的营销点主图的整体布局

3、详情页：这是打消卖家购买顾虑的一整套解决方案

参考同行优秀的详情页

该有的版块一定要有

顺序一定要逻辑关系紧密。

4、基础评价买家秀：买家秀可以说是产品全面展示，是给顾客购买欲最强的一个环节，

整体效果、包装、细节、上身。

【心得体会】

这就是基础工作，这就是你链接基础要做的事情，做好了才去推广你会发现推广没以前那么难，把

一个爆款分为几个环节，做好一个环节才去冲刺下一个，这样才是正确节奏，切记欲速则不达。