

杭州拼多多代运营流量权重提升

产品名称	杭州拼多多代运营流量权重提升
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	公司地址:浙江杭州 服务内容: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

一、流量的分类

在拼多多一直都存在3种形式的流量！

从目的上来进行区分：

- 1.被引导点击后进入平台的广告类/社交类用户
- 2.平台潜在用户-购物需求目的不强
- 3.平台忠诚客户-消费目的精准

所以我们会发现搜索用户的行为是最精准，最容易把控的，并且有相当成熟的行为模式，也就是第三类的平台忠诚客户为主。

但是拼多多并没有把搜索入口置顶，可见目前的主要流量还是偏场景推荐，所以基本可以很负责的告诉大家，那就是：

产品词-关键词排序前10与类目排序前100的两种资源位对比，类目排序的曝光力度还是会比产品词大得多，引流效果更好！

但是！

我们有说到搜索的目的是精准的，所以原则上来说，搜索权重在初期对于链接的标签沉淀具有相当大的意义-在标签个性化推荐流量中占得一席之地。（但是还是不要去杠TOP100的推文，毕竟人家曝光大，不是同一个概念。）

这个时候我们就不得不好好了解一下拼多多式的搜索权重应该如何提升，我们还是拆分成几个部分来解读：

基础权重：

在搜索引擎内有一个内置的基础权重

也就是产品发布后先天被分配到的权重分值，假设是0-30分

那么做的好的就是30分，做得差的可能是20分，甚至10分以下。

经过几年的运营和总结，目前这个分数主要由几个部分组成的：

1.文本关联：

这个是最基本的由标题、类目、属性三剑客构成的文本关联搜索引擎，但是要先声明，该引擎BUG还是比较多，大部分老人都是可以感受的到的！

首先你要得到曝光机会，那么客户搜索的关键词必须是被包含在你放置的类目里面的，之前系统升级的时候就有大商家因为类目调整1个10W+的连接直接在产品词搜索结果内失踪了。拼多多店铺成型（第一篇）流量权重提升攻略（代运营）

再则是属性，填写目前热度较高的准确属性即可，比如纯棉和涤纶，那么纯棉的热度肯定更高，转化率更好，同一个词下面，谁的属性更好，并且标题包含属性词就更棒了。

但是如果说关键词背后的点击率，人群标签等等，那就纯粹是扯淡了，还太早！

别想太多了，会导致自己做的有点某明奇妙的！

举个例子，拼多多搜索“苹果”出来的是水果，某宝出来的是手机。

用户属性不太一致的情况下，复制标题是行不通，尽量查拼多多的数据做吧。

2.标签加成：

产品是否具有系统认可的标识，比如

优惠促销类：

立减3元、第二件减2元、满20元减4元、买20元返4元

售后保障类：

极速发货、极速退款、退货包运费

活动资源位：

爱逛街、食品超市、断码清仓

这些标签都可以有效增加产品的曝光机会！

3.店铺权重：

与前2个不同，店铺权重是整体继承性的！由所有产品共同产生，又作用于所有的产品！

比如动销率、品牌调性分、店铺层级、店铺类型

这些可以很直观的看出来都是针对于较大的店铺的优惠政策，一般新店是不具备的，所以我们可以当作是这些店铺里面新上的产品都是富二代，先天具备较好的资源。

权重成长

虽然基础分会相对比较固定，大店铺比较占据优势，但是权重并不是一成不变的，小店一样可以逆袭成功，这个时候我们就需要解释下，权重的成长性，用最简单的加法减法来说就是，表现的好就加分，表现的不好就扣分！

但是一群坑产一样的产品怎么做划分呢？我们可以称之为统区间进阶

这个时候点击率、转化率、售后率对于这些相同档次的产品，要么是养分要么是毒药，任你刷单千千万，一旦对比掉土成渣，以上理论均为轻语原创。加分是这么的简单，不断对比，进阶，再对比再进阶。（没做过选款的垃圾款就不要拿出来溜了，或者已经被吃的饱和的同款市场也忽略不计。）

但是有时候会突然被腰斩，流量一天几万个好好的，突然没了一大半，那这个时候我们就知道事情不好了，被扣分了。拼多多店铺成型（第一篇）流量权重提升攻略（代运营）

这里面请记住，扣分和加分不一样，是执行打折制度的，不是10分10分扣除，而是5折，3折直接干掉的。不然高权重老品一辈子也死不了。

如果店铺评分、服务质量、品质管理、售后介入都做得不好，那就会很糟糕，除了大家所熟知的罚款罚到脑抽筋以外，访客数也会和葛优一样蹭亮。

除了这些以外其实拼多多还有一套成长中的个性化曝光机制，也就是千人千面。

我们这边就提1个重点就好！

那就是店铺收藏率！

好好做它，你不会吃亏的。