

# 拼多多代运营推广DMP

产品名称	拼多多代运营推广DMP
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	拼多多代运营:网店托管 服务模式:三对一 公司地址:浙江杭州
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

相信大家用PPC推广都知道DMP这个玩意，用的好，肯定是事半功倍的，但是很多人就要问了，我要怎么灵活去用好DMP，或者精准的去用DMP这个工具去快速拉高投产呢，今天我就给大家好好的深入的去剖析下DMP这个工具，希望大家在用的时候可以少走弯路，这个完全是我个人的操作经验了，没太大帮助的话，大家也可以拿去做个参考哈。

### 1.DMP是什么东西？

DMP工具是让商家拥有超能力的东西，可以做人群圈定，人群透视，人群投放以及数据分析的东西，可以帮助大家针对不同的营销目标，选取那些适用于不同营销场景的优质人群，并且去提供人群包的广告投放效果数据，从而达到流量精细化运营的目的，那么DMP主要是用于场景推广还有聚焦展位当中的。

在后台大家可以看到推广中心，点击推广工具，就可以找到DMP营销平台了，点击就可以进入DMP。

### 2.DMP作用是？

1.人群的圈定：可以帮助商家针对不同的营销目标，去选取适用于不同的营销场景人群，扩展店铺的人群，突破场景流量的瓶颈，进一步的去提升转化。

2.人群的透视：这个是基于圈定的人群，提供直观的透视洞察了，去分析每一类人群包的用户。

3.人群的投放：精细化的人群包圈定了之后，我们是可以去同步到场景展示推广还有聚焦展位的推广的，去提升我们的竞争力

4.数据分析：提供人群包的广告投放效果的数据，去达到流量精细化运营的目的。

3.我们要如何去操作我们的DMP

(1) 在我们进去DMP人群工具之后，我建议大家可以是用系统自带的（用户标签或行为）功能去选择优质的人群去进行投放、这样是会比较容易上手的

【类目行为】这个主要是针对消费者的点击、搜索、收藏、购买、分享等等行为，要去根据自己的产品人群性质去进行选择，这里我建议优先选择自己所在的一级类目，如果说你的预计覆盖人数不足，可以增加其他一级类目的【如关联商品所在的类目】；还有覆盖人数比较多的话，可以细选一下二级/三级类目的了。

【搜索行为】这个主要是根据关键词的人群去进行展现，可以通过搜索关键词，选定最近一段时间内搜索过对应关键词的用户，时间可以选择七天或者十五天。

【消费能力】主要可以分为类目消费能力还有平台消费能力，圈定人群需求的一个消费力还有需求力，类目消费能力关注的是用户在特定类目下的消费能力，然而平台消费能力关注的就是用户在整个拼多多平台上的消费行为了。

【店铺人群定向】可以从店铺用户重定向和店铺商品重定向的两个方向去进行添加的。

【人口的属性】这个分别是从性别，年龄，地域去选择，然后来声称标签，这个人群数量很庞大，对应的数据精准，比较方便自由的去调节。

首先的话是人口属性【性别】标签的应用了，【男/女】两个性别之间要单独操作，分别选择对应的年龄还有地域标签。

人口属性【年龄】标签的应用，要去定位好自己的商品的购买人群，客户群体不一定是用这个产品的人群，比如说童装，你是不可能去投放在十三岁以下的年龄段的，因为那么小的一般还不会用拼多多，所以我们是要进行思维的变通，用年龄段去测试每个年龄段人群的购买转化，发现25岁以上的客户，虽然

说自己不用童装，但是他也会给他的孩子买的，从而我们可以精细化去投放去拿到更多的转化。

人口属性【地域】标签是必选的，一般来说预估覆盖的人群数目可以做到八百万左右，如果说覆盖人群在几十万，太过的精准了，反而是很难有展现的。

建好你的人群包以后，我们就可以去投放到场景推广或者聚焦展位当中了，这里你们要注意一下，不同的产品，一定要去选择不同的产品属性。

#### 4.DMP使用的技巧

优化技巧：一次要去测试五到十个人群包，观察5-8天的数据，然后再去把ROI高的人群保留下来，ROI低的删除掉，并且去备注好，你会比较好区分，避免后面还出现重复添加（所以说人群包在命名的时候你千万不要随便起，名字尽可能去包含这个人群包的标签特色，为后期做方便）

如果开启投放人群包后，没有曝光怎么办？？

去增加自己的溢价比，在低出价的基础上，慢慢加溢价，每次添加5-10%，一直到有曝光为止。