

拼多多代运营影响销量的因素

产品名称	拼多多代运营影响销量的因素
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

影响转化的因素

一是流量不够，也就是说进店的访客都没有那么多，怎么会有足够多消费者下单购买呢？

如果是上述原因，我们就需要考虑自己的引流渠道。

根据店铺具体情况来优化调整，缺展现的就去提高出价，增加排名。多报活动，好给自己的产品打上相应的活动标，提高转化。

二是转化率上不去，就算是店铺流量充足，如果内功优化的不到位，消费者也只是进店购买，想要成交还需要努力。常规的优化的方法就不给大家分享了，我前面写的文章都是结合具体案例来说的，大家可以去看一下。今天我就来讲一讲大家经常会忽略的“标签”的问题。

比如下面这个图，同样是展现在我的面前，我们除了先看到产品图之外，剩下最醒目的就是的双十二的活动标了，消费者搜索到这个页面，你说看到“小编推荐”这个标会不会点进去看看，我不能保证其他人，一般小编推荐的商品，我是都会点进去看看的。

点进去的心理是这个样子，平台推荐的产品，那应该还不错吧，毕竟拼多多不可能打自己的脸吧。

所以在消费者还没进店的时候，信任度就已经建立了。再加上消费者有产品的“强需求”，只要主图、详情和评价没什么大问题，基本上店铺就能拿下这一单。

其次就像我们报一些像秒杀之类的资源位活动，不仅可以有机会上首页，不计入30天最低价，而且在消费者点进链接的时候，还会有相应的活动标识，这是很容易刺激用户下单的点啊。

大家换位思考，看到上图我圈出来的点，你会不会心动下单？

所以这就是我们需要注意优化的点，别人能上，你也能，做店铺就如逆水行舟，不进则退。

写到这里可能有人会问，像一些活动资源位的标，只要成功上了活动，就能打上，那“小编推荐”的标要怎么打上呢？

小编推荐：实际上是系统推荐，没有固定的标准，系统会根据每个类目产品近期变现、权重的情况来抓取数据，打上标签。

因此，我们需要做的还是提升店铺的权重，才会有机会打上相应的平台标签。

组合拳——自然流量与标签

我们都知道一个店铺要想红红火火、长长久久的做下去，肯定是需要多个环节相互配合。

我们做活动，是为了冲销量，提高店铺的权重，进而提高整个商品的搜索热度，让自然流量源源不断的进店。

实际上这个反过来也是成立的，比如当用户搜索到我们的产品，当然也可以开搜索，人群溢价，把产品的排名靠前，只要用户点进链接，看到相应的活动标识，是不是很容易促进转化。

这样不断有买家来给宝贝链接增加权重，后期就算是下了资源位，我们店铺的权重也已经上来了，运气好的话，还能被打上“小编推荐”的标识。

当然了，我这里只是简单说了一下思路，比如，我们宝贝上了活动资源位，直通车要怎么配合？什么时候该大力去推？活动结束后，我们要怎么“稳”的住这一波流量。让活动的效果最大化。这些都需要我们根据店铺的具体情况来制定运营计划。

调整参数稳着来，数据起来稳得住，出现波动别着急，整理思路稳着调。

长期战——内容优化

既然说到转化，就不得不提一下内功了，这边我自己也总结了一个内功优化三板斧，这里分享给大家。

评价

评价绝对影响转化的第一杀手，有什么能够让买家的消费热情瞬间冷却，来一张“真实的”买家秀吧，大家可以看一下下图，说实话这个“买家”还是很用心，二十字左右的评价，三四张图片，但是朋友们，你们看到这样的买家秀真的会原因掏你腰包的钱吗？

先说明，白菜价我也不买。

对于评价来说，不能太少，特别是个新店，新链接，零星的几个评价，用户凭什么信任你的产品？

中差评尽量少，当有一天你发现店铺访客也没少，就是销售额下降的厉害，这个时候你就可以翻看一下宝贝链接的评价了，因此我们客服的服务质量一定要上来。

不要买家生气找过来的时候，客服那边“不阴不阳”说“不满意你可以退款啊？”“这个很正常的啊？”

”或者用那种一成不变的话术发给顾客。

这就像你女朋友本来就很生气了，想和你吵架，你却冷战她或者爱答不理的，你说这样能留得住女朋友吗？买家一生气，来一个长篇大论的差评和买家秀，影响的可不止这一单，还有后续顾客的转化率。

客户就像女朋友，她是“无理取闹”，但你也要去“哄”，不然等到消费者琵琶别抱，“孩子”都要跟着别人的姓了。

客服

一定要注重客服的培养，一个好的客服，不仅可以让你转化率翻上一倍，还可以减少中差评的风险，我身边就有一个朋友，两个月以一己之力，把三个飘绿的dsr全部飘红。

要学会总结话术，什么样的顾客要用什么话术才能让ta偃兵熄鼓？不想总结，也有一个比较投机取巧的方法，大家都会网上买东西吧？用你顾客的问题，去问别家好的客服，看看别人是怎么回答的。

当然做了这么多年的电商，关于客服的话术，我这边也一直在整理更新，需要的话，可以找我。

客服答疑

说好文末有惊喜，是真的有惊喜哦！好东西还是要留在最后分享，也算是回报一下一直坚持听我唠叨的读者。哈哈哈哈哈，是不是很心机？

我们知道“某宝”里面有个“问大家”的模块，里面的问题卖家可以回答，已经购买过产品的消费者也可以回答，里面集中了用户最关心的问题，说实话，里面的一个回答，影响力绝对不亚于一个差评。当然我们产品要突出的卖点，也可以参考里面的问题。

现在，拼多多也上新了这个功能——客服答疑，我自己简单做一下数据统计，大概80%的商家都没有开通这个功能，说实话这就是我们的先机，看过我文章的，没开通的赶紧去开通，已经开通的商家朋友，为你的先见之明鼓个掌。

实际上这个功能我们是真的可以用起来。

原因有二，我们知道用户下单一般分为两种形式，一个是询单，另一个就是静默下单，我们开通了客服答疑，就增加了静默下单的比例，客服那边的询单压力也能减少。

第二点原因，客服答疑的问题，可以针对性地打消买家的下单顾虑，答疑的问题，也可以对主图和详情进行一个互为补充，提高转化。