

拼多多店铺托管 全店分析 提高店铺转化率

产品名称	拼多多店铺托管 全店分析 提高店铺转化率
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	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

拼多多店铺托管 全店分析 提高店铺转化率

拼多多店铺托管 全店分析 提高店铺转化率

相信很多商家最为头疼的一个点就是，有了流量店铺访客进来了却不能够转化掉他，往往这些流量很大一部分是付费流量，白白流失掉着实心痛，那么影响转化率的因素有哪些呢？今天从多个角度全面解析..

....

当我们在考虑转化率的时候 要站在买家的立场上考虑问题

一、主图（主图的后四张）

首先后四张主图是详情页的浓缩

第一张：大家肯定都很重视，相当于脸面，第一张图一定要最具代表性的图，凸显出产品卖点。（一些类目主图不会放文案，具体看自己类目卖的好的商家是怎么弄得）

第二张：解决客户顾虑，让买家尽快对我们建立信任感 注意：天猫店第二张为白底图

第三张：细节图

第四张：场景图（可以用买家秀，但是一定要在旺旺上经过客户同意）

第五张：重点信息提示说明 注意：C店第五张白底图

重要性：1、60%的买家会滑动主图，如果你的主图不吸引人，买家直接走掉。

2、主图放买家秀在旺旺上面取得消费者的同意，不经同意的话，人家可以投诉你。

3、每一张图的文案不要太多，不要想着一张图把所有的都表达出来，那样会适得其反。

4、白底图不能有任何文案

总结：对于这5张主图的重要性不需要我多说，很多买家可能不会看你详情页，但一定会看你的主图，把这5张主图看成你的详情页浓缩版，同样也是一套详情页。

二、SKU的影响

第一点、SKU的价格区间不能过大，一般相差在10%~20%，价格差距过大对转化率有很大的影响，（你不能说挂9.9元，点进来之后发现是100，这样你的流失率会很高的）

第二点、SKU对应的图片一定要上传，而且必要的时候SKU图片上也可以加上一些卖点文案，因为买家会把这个图片点开放大去看的。

重点：1、价格跨度过大，低价引流流量即使进来，流失率在98%一上，并且会对你的产品产生排斥，特别是9.9进来以后三四百的那种方法。

2、SKU的图片是可以写文案的，并且不影响权重问题

总结：我有一个A款式，A款竞店卖168元，A款我卖188元，这个时候我会拿一个款式类似B的产品定价158元（一定要是相似款式），简单来说我们可以吧每个SKU当做一个单品看待，A款是利润款，B款是引流款。

三、动态评分

动态评分这里重点说一下常见的误区

1、评价是与评分无关的

2、不怕客户不给分，最怕客户给一分。不打分是没事的，是不计算在内的，最怕的是评1分，这个就太损了。所以说一定要做好售后。

3、动态评分低于4.4分的，所有宝贝都搜索降权

4、同一客户每个月只能给出3次动态评分；给多了不计分。

5、同一单号买再多商品只能给一次动态评分；你可以建议客户分单购买。

6、动态评分在双方互评后半小时显示，有时候也要等24小时；看设备的反应；

7、一旦评分任何人都无法修改；也不能查看是谁评的分。

四、评价

第一点、新品的基础评价，也称之为攻心评价

1、评价要客观，不能太主观的才是众多客户所关心的。力求真实

2、评价要带该宝贝的主关键词；评价字数要在20以上，50字以上更好；评价的内容涉及到主推关键词能提高类目相关性

3、评价的文字要涉及到客户关心的点，比如涉及到质量、服务、物流等

4、攻心的评价是带入场景的；举例：太好太喜欢了，今天穿这个衣服和男朋友一起出去玩，他一直夸好看，玩的非常开心，赞赞赞，附带一张开心的买家秀

注意事项：新品做30个基础评价

另类玩法：给自己一个差评：如衣服是我喜欢的款式，和图片一样，没有区别，质量很好，洗过了没有缩水，也没有掉色，的遗憾就是卖家开始说送我礼品后来又打电话告诉我没有礼品了，不过产品让我满意了，依然好评。

第二点、热销之后出现一些中差评，我们需要解决

1、C店：a打电话的时候不要说你是店主，这样留个后路，万一没沟通好，店主再出现

b打电话之后一定要先听客户去说，不要着急去解释，先做到感同身受，人家给你中评一定是有原因的，等客户气撒完了。我们先道歉，肯请原谅。然后在提出我们的解决方案，一般情况如下1、我们给您换货，运费我们出。2、如果实在不满意，我们给与退货，运费我们出，我们叫快递上门取件，（体现我们的服务态度以及解决问题的态度）3、我们给予补偿，补偿多少现金或者赠送什么礼品。

2、天猫店：a、天猫点的话差评是不显示的，当我们遇到中评，如果客户没有追加，我们还是先打电话给客户，解决好之后，让他们给予追加解释一下。

b、如果遇到买家不愿意配合：1、顶评价 评价快速顶到首屏的方法 1) 买家号2钻且vip等级4以上（等级越高越好），如果30天内没有购买过本类产品，效果。2) 评价字说越多越好，至少300字以上，追评至少200字以上，并且带晒图3张以上

3) 评价内容有产品的主关键词，如果是天猫店，带有标签词，标签词越多，越容易置顶，如：标签词是“穿着漂亮”，可以写成“上身效果非常好，穿着非常好看”。4) 评价内容如果对宝贝的属性进行体验说明，更容易置顶，比如“圆领”，可以写“圆领设计非常喜欢，显得脖子修长”。5) 支付宝实名认证。6) 买家账号好评率越高越好。7) 评价完后，多找人点击这条评价，并、评论等互动行为，互动多越容易置顶。

五、买家秀

买家秀是一把双刃剑，好可以增加转化，差可以降低转化

第一点、买家秀的使用注意事项

1、可以使用自己的客户的买家秀，用于详情或者主图，但是一定要在旺旺上取得客户的同意。

2、别人家的买家秀，我们更不能用于详情页

3、别人家的买家秀可以用于评价（投诉最多是删除评价——对这个宝贝没有影响）

第二点、让买家删除买家秀的方法

1、太感谢了，感谢您为我们提供了买家秀，嘿嘿，这样就能让客户看到真实的效果了，您再来买东西一定给您优惠。（这段话的目的是让客户觉得他并没有做错什么）

2、过几天之后，我们再联系客户，这个时候打电话过去。话术：本来你帮了我们，提供了真实的买家秀，可是出了点问题，你那个照片和我们自己拍摄的有色差，加上显示器的原因，色差还挺明显，这几天购买的客户老是问我们到底是什么样颜色，弄的这几天卖不动，所以得请您帮个忙，把这个照片删除掉，或者您重新拍一张，先发给我看看，把这个换掉。（说到这大家可能有疑问？照片是不能换的对吧？但是可以删除啊，我们这么做是为了保护客户的自尊心，在愉快的情况下把事情解决掉）

六、买家问答

当买家提问的时候，我们要回答他的问题（这里要注意要以买家的口吻来说，一般其他买家是辨认不出来的）

技巧：

1、同一个提问，可以多次回答

2、如果担心有不好的回答出现，你可以把比较好的问答，找其他账号进行+回复，进入问答热门。

3、每天多注意下这个技巧，肯定能稳定甚至提高转化率，特别是针对爆款

4、除了我们用卖家号自己去回答之外，我们还可以去引导问题，我们可以每天去多提几个无关紧要的问题。例如：我173，120斤买什么尺码合适啊？红色与蓝色哪个更好看啊？皮肤不白，买什么颜色合适？用这些无关紧要的问题把那些不好的顶下去。

七、价格

价格这个问题不需要过多解释吧？这个要根据自己的利润，但是你要符合市场价位段，相同宝贝，相差十块八块无关紧要，但是你要严重偏离市场，那就有些离谱了。还有一点要根据市场买家喜欢的价位段来决定。

八、流量的精准度

在上面SKU时就有讲到流量精准度问题。另外一点。我在讲关键词的时候也于提到，直通车精准、广泛匹配所带来的流量同样，影响到流量的精准度，如产品是；雪纺开叉连衣裙；我们在使用直通车关键词匹配的时候你的匹配方式同样决定了你流量的精准度。

这里跟大家简单说一句：设计主图和详情页之前，一定要认真查看“问大家”环节以了解消费者的关切点。生参的市场行情也要认真分析，做好消费者人群画像，使详情页的说服购买逻辑简单清晰，吻合消费者心理学并完善地降低消费者的购物疑虑。另外运营技术并不是什么惊天地泣鬼神的做局，一切要回归到商业的最基本的本质上来，重视产品和服务，重视基础环节。大家共勉！