

# 拼多多代运营 免费搜索流量快速暴增

产品名称	拼多多代运营 免费搜索流量快速暴增
公司名称	浙江天赞网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市钱塘新区东部创智大厦4幢417室（注册地址）
联系电话	18966166821 18966166821

## 产品详情

大家好，老宋来分享啦！这次分享的内容主要针对的是搜索流量、免费流量的提升。因为我在解答商家问题的时候，发现问题大多都是：为什么我的店铺没有流量；我的流量访客提升不上去.....等一系列的问题，所以我今天就针对此类的流量问题，写一篇文章给大家参考学习。在你坚持、努力、修正修改、优化调整的情况下，你的拼多多店铺一定能够爆发的，加油！！

那以下分为5个大点去解说，希望大家能够在这5个大点当中寻找出自己的店铺问题，从而进行优化，提高你的搜索免费流量！！

### 一、店铺为什么拿不到流量？

1、拼多多整体的发展趋势相当之好，买家的数量也是每天在递增。随着平台的发展以商家们的竞争，现在各方面的饱和度已经逐渐增加。当我们需要在类目中突围而出，少不了的就是运营技术、运营技巧、运营思维、产品优势突破、产品差异化突破、产品质量的升华。这种种都是关联到我们后期的发展以及平台给予流量的前提了。

### 2、搜索深度降低

搜索随着人们的习惯而改变，现在的人在搜索上虽然有着很大的需求针对性，但往往从搜索中看到别人的商品后（场景），会发现那款产品可能更合适自己。所以在搜索的深度浏览、搜索的硬性需求的情况下有所改变了。专注搜索固然没错，但专注搜索的时候我们也需要从商品的各方面资质上更深一步抓住买家的购买喜好。

### 3. 商品定价，定词的无计划主攻性

很多店铺在商品品类规划这块，都会有几个或者多个相近相似产品，所以在制作标题与定价的时候就显得没有主动进攻性，产品材质，属性，功能类似，所以最终标题与定价也大都相近。在拼多多的搜索规则里，出现同类商品的情况大家会发现是有，但主图标题出现一模一样的情况下是非常少的。因为拼多多需要防止商品铺货、防止出现更多一样的商品导致卖家体验不足，所以我们从商品的归类、商品的独一无二自作上需要更深一步策划。

## 二、搜索展现规则

1.如果我们把搜索看作是过滤器，那么关于围绕搜索规则则是一层层过滤网。由上到下，有粗变细。

排在第一个搜索框架下的过滤层是产品的归属类目与属性。越是看似简单易操作的问题反而容易出现大的问题，有个别的商品是属于多个类目下的产品，这个时候就需要在发布产品的去搜索这个产品的主要核心词，根据搜索结果得知拼多多优先展示类目，也可以把搜索排在前面销量好的商品统计起来用工具查看他们所在的归属类目。商品属性也是同等重要，商品属性作为精准搜索的一个重要一环，也是拼多多判定商品与搜索词匹配性的重要指标。

### 2.商品竞争

竞争一直存在，但也讲究一个平等原则竞争，如果你想与你行业的某个店铺做竞争，首先你得成为一个合格的对手。店铺拼单数量，客单，单品定价，核心搜索词等等都会成为决定你是在哪个层级面找对手。对手运营能力，产品优势都将影响着你的产品展出。

### 3.综合权重

产品，店铺多维度来考核相关权重，单品关键词权重由点击率，转化率，单品贡献值，复购率，客户评价，单品违规扣分，店铺权重主要涉及店铺动态评分，店铺商品动销、店铺售后纠纷、客服回复率....

上面讲到这么多的权重因子，大家梳理后发现，大部分都是自己可以自主控制的，相对比较难的2点的是点击率与转化率，但点击率操控性比转化率又要好的多，毕竟影响一个订单的转化所牵扯的方方面面多了。点击率主要构成就是一张创意图片，与主图一样具备营销底蕴就可以了，做一张优质高点击率的图片相比做好一个产品来说容易多了，连一张图都不做好何谈运营好一个产品。

## 四、精准人群圈定

对于精准人群这块，相信不少的拼多多卖家和运营，都不知道如何针对性的圈定自己的人群，其实在人群圈定的时候，我们就可以从关键词、主图、商品标题上入手。比如我们是做一次性手套的。如果我们的标题上选择“一次性手套家用”和“一次性手套批发”那针对的群体就有很大的不同了。家用以及批发两个概念：家用是需要高质量、高体验的商品；而批发是需要客单合适、质量过关即可。那通过标题上的筛选后，我们就知道如何针对性的做主图以及关键词的筛选了。

## 五、怎么样做，拼多多给会给我们流量？

在运营店铺中我们需要关注并做好哪些事项，拼多多才会给我们流量呢，这个话题也是大家最为关心的事，我认为大家做好以下几点就不用担心店铺拿不到流量。

### 1.产品标题

在做产品标题的时候一定要用适用自己产品的词，不要盲目的以为所有的词都拿过来用，造成核心词，主搜索，属性词的堆砌。这样反而拿不到流量，我们在做标题的时候就是只要确定一个主搜词后面延着

这个主搜词去拓展做延伸就可以了。这个词不一定是大词，也不是最热的词，而是最适合自己产品的词。

## 2.产品定价

产品定价不只是简简单单的给商品标一个价格，你要知道不同的定价直接影响一个产品的转化与搜索展示的机会。通常大家定价往往都是根据产品的成本价在加上利润及后期的活动折扣来定价，也有参考同类商品的在售价来作为自己商品的售价，也有些抱着前期只为冲量不赚钱的思维来定价。所以定价这块我一般建议先给产品定词，定词以后在平台上搜索喜好这类商品人群的主要的区间价格，在结合商品成本来确实最终的一个价格。

## 3.布局店铺多个产品，出击抢流量

前面有提到每个店铺都会有几个或者多个相同相似商品，那么我们就可以把每个商品打造成重拳出击去截取流量。我们可以通过主打不同的搜索词，不同阶段的商品定价，来布局店铺产品组织结构，形成有力的竞争格局。

## 六、提高商品主图点击率

商品好的优劣，受众情况怎么样，拼多多系统只能通过点击率这一维度来判断。排除付费的影响外，主图点击率是获取搜索流量的重要一环。类目规则不同对主图的要求也各有区别，有的是白底背景干净无牛皮癣，而有些类目则是背景颜色搭配醒目，营销文案布满主图。所以做主图的思路总结起来就是结合产品的卖点把客户需求的核心用图文的方式以产品使用场景展现出来。所以一张优质的主图一定是有符合下面的情况，图片本身所展露出来的信息是能解决消费的需求。商品展示的角度，搭配，配色是具有独特吸引力。

## 七、提高商品转化率

商品最终的一个转化能力除了主图描述外，还有一个重要的场景就是详情页。产品卖点的展示，场景化的营销，产品基础信息的告知，营销氛围的制造，都要落到这个当中来。所以怎样做好一个产品的详情描述，这里策划工作就显尤为重要了。详情的展示排列应该是由基础展示（产品结构，产品环境，细节，实拍，模特图），产品场景营销，产品故事情绪营销，深度挖掘客户需求，扩大目标人群圈子，丰富产品被选择价值等组成。

为了促进转化，同时我们可以赋予活动暗示，消费者购买产品并不是为了验证这个产品有多便宜，而有多优惠。一些店铺内的活动、优惠券发放，都可以自行安排，虽然可能获取不到官方的活动流量支持，但是我们可以对参与活动的商品打标，做好营销的收藏转化，那么这也可以有力的刺激消费者，活动商品的价格一般都是最实惠的时候，同时商品质量也有保障。

总结：大家认真的执行做好以上这七个点，拼多多的搜索流量、免费流量能随之提升的。但我们也要记得核心的重点，就是你碰到流量下滑、销售额提不上去，这个时候要问问自己：是否真的用心在经营，是否真的坚持在做好店铺？！