

# 拼多多代运营 精准定位推广 自然流量

产品名称	拼多多代运营 精准定位推广 自然流量
公司名称	杭州臻广科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	杭州市钱塘新区4号大街
联系电话	18966166821 18966166821

## 产品详情

### 拼多多代运营 精准定位推广 自然流量

拼多多的流量入口核心的流量来源包含：关键词个性化推荐流量、活动流量和资源位卡位流量、多多进宝流量、直通车付费流量等。其中核心的流量入口也是每个人都必须要占领的就是关键词的个性化流量，拼多多一直在做千人千面精准化推广引流，那如何获取精准的流量，前期的产品定位 精准定位是非常重要的。那今天跟大家分享下，如何店铺获取更多精准的推广 精准的流量 让您的拼多多店铺可以快速爆单：

#### 一、目标人群定位。

很多商家对人群的定位有疑问，他们有这样一个误区——我的商品不是卖给全中国的吗？

我们必须接受一个现实，有些人事不喜欢你的产品的，他们不会去搜索你的产品。

#### （一）千人千面下的拼多多

##### 1、什么是千人千面？

打开拼多多APP页面，不一样的人有不一样的拼多多，一千个人有一千个人的拼多多首页。千人千面影响的不仅是首页的显示，现在每一个地方均受到千人千面的影响。

目标：

快速地将买家想要的商品推荐给买家，以买家的需求为主，节省买家购物的时间成本。

## 2、千人千面如何实现？

系统根据买家的属性、行为习惯等以及商品属性确定买家和商品的标签。当商品的标签与买家的标签相匹配，将会被优先推荐展示给买家。

## 二、目标人群定位

### 1、定位目标人群的基本属性

了解自己产品服务的人群的年龄、性别、地域等。

#### (1) 同款商品的评价

打开拼多多消费者端APP，搜索同款产品，找同款销量高的商品，查看它们的评价。

可以从评价里面用户的头像、评价的内容信息去总结消费人群的年龄、性别等信息。

#### (2) 使用DMP工具

DMP工具赋予商家人群圈定、人群透视、人群投放、数据分析的能力

使用DMP工具的商家可以在后台拉取人群包的推广数据，通过分析从而得出商品的初版用户画像，从后台拉取的关于用户画像的特性包含四个方面：人口属性、行为偏好、消费能力、用户轨迹。

## 2、目标人群的消费水平

竞品商品中销量高的商品的价格区间，可反映该款商品的目标人群消费水平。

以华为充电器为例，搜索关键词，点击筛选，可以看到该商品在平台的价格区间。

参考这个价格，可以知道消费者对于该商品的消费水平大概是什么样的。

### 3、目标人群消费高峰期

通过搜索推广的分时折扣计划进行测试，例如一个商品在8:00-23:00分时折扣全部调为100，正常出价，分析整个行业的点击量，在出价及分时折扣不变的情况下，点击量可以反映消费者的消费时段。

我们对产品的目标人群有了清晰的了解后，进一步挖掘这一部分人群的需求及痛点，了解了需求和痛点后，帮助我们进行产品卖点的定位。

我们对产品的目标人群、价格、卖点等进行了定位，产品进行推广前，需要制定营销方案。

#### 一、营销方案定位。

##### （一）、营销内容包含哪些

##### 1、营销工具

通常使用的营销工具有：多件折扣、优惠券、拼单返现等。

##### 2、营销活动

商品参加了什么活动，是否进行推广等。

##### 3、特色服务

极速退款、退货包运费等。

##### 4、其他卖点

如：是否有赠品。

##### （二）、分析竞品的营销方案

1、从基础做起，从同款商品中选择10-20款销量高的商品，分析这些商品的营销文案。

有人要问分析什么呢？我们可以从以下几点入手：

(1) 是否有赠品，赠品是否可以选选择？

(2) 是否有多件折扣，折扣的力度是多少？

(3) 是否设置了优惠券，优惠券的金额是多少，领取条件是什么？

(4) 是否开通急速退款，是否有退货包运费服务？

(5) 商品的SKU设置：有几个SKU，SKU的内容是什么？

2、汇总同款商品的营销文案后，再具体分析这些营销方式是否适合自己使用。

以多件折扣为例，竞品使用了多件折扣的营销手段，但是对方的单价是低客单价的（如：袜子、内裤），而你的商品想要将价格定位在中高客单价，那么你的商品不是很适合多件折扣，因为对于高价的商品，买家不容易一次购买多件。

### 三、定位独特营销方案

在分析了竞品的营销文案后，我们找到了销量高的同款商品的营销套路，可以进行借鉴，但是仅仅照搬竞品的营销文案是不行的。

我们的商品对于已有的爆款商品，是没有竞争优势的，因此我们需要找到商品的卖点，制定自己产品的营销方案，进行差异化营销。

可以从以下几个方面进行差异化设计：

#### 1、产品的差异化

主要针对的是产品的特征、性能、式样和设计等方面；

产品差异化的本质是如何个性化展示商品的价值、使用价值。这一点体现在产品的详情页，在商品的详情页展示其区别于其他商品的卖点，让产品成为买家的首选或者优选。

#### 2、形象的差异化

通过塑造与竞争对手不同的商品、店铺风格、服务等来获得竞争优势。

店铺通过独特的店铺风格、产品及服务，在消费者心目中树立起优异的形象，消费者一旦有需要，就会毫不犹豫地选择你店铺的商品，用户粘性提高，买家复购率也提升。这里可以结合老客营销的相关课程。

### 3、服务的差异化

主要是指向目标人群提供与竞争者不同的优异的服务，尤其是在难以在商品端体现与竞品的差异时，竞争成功的关键常常取决于服务的数量与质量。

区别服务水平的主要因素有：快递、配送安装、咨询、售后服务等，售前售后服务差异就成了对手之间的竞争利器。

例如：我们在分析目标人群需求时发现很多用户反馈退货时运费高，竞争对手更多的让利在购买时的优惠政策，没有开通退货包运费，这时我们可以将同样的让利进行拆分，部分放在优惠政策，一部分用来开通退货包运费，这样的服务可以打消用户的顾虑，进行差异化营销。

以上就是大致的分享，有兴趣的朋友可以好好看下 有哪里不清楚的可以直接咨询联系我的。

我公司专注做拼多多全托管深度推广 深度代运营服务 一条龙的运营 直播托管 直播营销策划 一条龙