

# 杭州拼多多代运营 烧钱还是没流量

产品名称	杭州拼多多代运营 烧钱还是没流量
公司名称	浙江天赞网络科技有限公司
价格	1.00/个
规格参数	团队配置:三对一模式 服务模式:全托管服务 公司地址:浙江杭州
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，我是老宋，我发现了一个现象。就是很多商家都习惯将自己“灵光一现”的想法加诸到推广计划中去。虽然说在现在的市场环境下，付费推广对于拼多多商家来说还是不可或缺的。

这种行为美其名曰“试错”，但在我看来，只是纯粹的浪费钱而已。为什么这么说，因为这些商家的想法，大多是以主观意识出发的想法，没有一个切实的理论依据。

我们知道实操很重要，但大家总结的理论还是要去贯彻的，就拿这个例子来说，当我们在产生一个想法时，我们首先应该考虑的是，这对于我们实现拉高类目排名和自然流量爆发的最终目的是否有利。

当然，在判断该行为是否能拉动排名前，我们还需要了解，付费推广对于店铺的作用。如果连这一点都不明白，那你所有的操作，都不明白其能达到什么样的效果，一味去开又有什么意义呢？

我之前也说过，付费推广只是一个引流工具，想要通过推广来拉动类目排名，我们所要做的就是将多多推广引入的流量充分利用起来，将数据做好，让拼多多判定你的产品是能够吃住流量，超额完成坑产要求。这样系统才会愿意给到你流量倾斜。

之前也有商家朋友看到这段话，然后他们就来问我说，将数据做好，主要是哪些数据要做好？今天我就给大家深入分析一下多多推广需要做好哪些数据。

其实说到做好数据，需要做好的因素有很多，比如点击率、收藏率、转化率、UV价值等等，但这些因素中最主要的，还是点击率、转化率这两点。

大家在付费推广没有拉动自然流量的情况下，最好考虑一下这两个因素是否有做好。如果做好了这两点

，店铺流量还是没有一个爆发，那就接着往下看；如果没有做好这两点，那就更要往下看！

## 一、点击率

别看点击率简简单单的三个字，想要做好，需要兼顾的因素有很多。

### 1、正确关键词的选择

在多多搜索所在的搜索式流量下，用户想要购买产品会先搜索自己想要宝贝的关键词，之后再根据展现的宝贝来选择。所以我们需要做的就是将宝贝投放到正确关键词的搜索位置下。

虽然和淘系相比，拼多多自然搜索会很少，但是在精准关键词，高购物意向的情况下，店铺还没办法吃掉这部分流量，那么后期场景和活动就算是给了更多的展现，我想效果也不会很大。

还说回我们的多多搜索，无论宝贝权重如何，展现的位置在高还是低，一个正确的关键词都是获取用户点击、转化的前提所在。

关键词的重要性大家也都知道，不过真正知道该如何去找精准关键词的还是少数。这边教大家一个方法（搜索下拉框、相关推荐什么的就不说了，做电商的几乎都知道），就是从竞品中来选取适合我们的关键词。

从竞品中选取关键词，我们首先要保证竞品的准确性。什么叫竞品，竞品就是与你的宝贝在功能、效果、风格、价位等各个方面都相近的产品，才能叫做竞品。

我举个例子，一个女装商家，销售的服装是价位在20-60之间的可爱风，却对标了一家价位在70-120间的韩版女装店，这样对标是没有意义的。

找准合适的竞店后，再根据竞店的关键词来分析，我们会发现，竞店的关键词很多是长尾词，这个时候我们可以把长尾词进行拆分成一个个词根，再根据每个词根的数据来整体判断哪个词根数据最佳，再来考虑我们该选择哪个关键词。这样才能保证关键词的精准性及热度。

至于引流关键词和成交关键词我们该怎么选择呢？建议店铺在宝贝引流期抢占市场的时候，以引流词为主；在市场趋于平稳了，这个时候我们要的是转化，就可以以成交关键词为主。

### 2、主图

其实说到点击率大家首先会想到的就是创意图了，创意图算是一款宝贝的门面了，在同样的条件下，主图更吸引人，点击率自然就越高。

要做好一张主图其实没什么说的，主要就是通过测图来判断出哪张图片最能吸引用户点击。一般来说，一张图片中会有3个素材，分别是产品、场景以及文案。我们测试图片时，最好把这三个方面分开来测试，在测试其中一个变量时，保持其他两个要素不变，这样的话才能确保每一个变量的最优性。

测图具体操作我就不多说了，有想要了解的可以找老宋交流。

这边再说一个打造主图的方式，就是以别人想不到的角度去作图，颠覆别人对于某个产品的认知，这样出其不意说不定能够达到不错的效果。

比如这个拖把，难道它的拖把真的是像图中这样的吗？当然不是，只不过是这种图片来吸引用户点击而已。只要产品内功能够优化好，那用户也不会深究图片的问题。

### 3、款式

对于非标品类目来说，款式的优劣也会在很大程度上影响点击率，这个很好理解我就不多说了，给大家分析一下我们该怎么选款。

选款不是只凭商家个人喜好来选择的，而是要从数据出发，看市场上大家会喜欢什么样的款式。或者还可以抓住当下流行的元素来打造款式，比如最近流行的“小雏菊”元素，我们把该元素与款式相结合，或许就能收获一波热度流量，成为爆款。

做好以上这几点后，如果点击率还是不理想，我教大家一个3分钟提高点击率的方法。就是数据优化，将人群、关键词、地域等几个方面点击率数据不好的给删除掉，这样一来，剩下的数据就比较理想了。

## 二、转化率

我们知道，拼多多它自身是不卖货的，它只是一个销售产品的平台，它最看重的，是你这个产品能否为平台带来转化，带来gmv。所以转化率也是平台判断产品潜力的一大因素。

那转化率多少才算高呢？其实这个是不固定的，有的行业天生转化率就高，能达到20%以上，而有的行业转化率能到3%就算高了；

像大家都知道的，搜索式流量的转化率一般都会高于场景式流量，所以我们转化率还是要按照不同的情况来看是否优质。看看同行的转化率是怎么样的，再来对比自身。

关于转化率这点，偶尔会有商家咨询我说“老师，为什么我开车转化率不行”。其实在转化率方面，付费推广能发挥的作用只在于辅助产品来圈定精准的人群，人群精准了之后，对于转化率影响更多的还是产品本身，也就是我们常说的产品内功。

说到产品内功，很多人可能就直接想到评价、买家秀、销量，其实不仅仅如此，主图、DSR、店铺信誉等等很多方面都属于产品内功的范畴。

不过今天我想和大家说的是，在产品繁多，且同质化严重的市场中，想要提高转化率，在产品内功方面，我们还需要有一个最核心的竞争力，也就是卖点。

我举个例子，王老吉大家都喝过，尤其是在吃火锅吃烧烤的时候，其原因不外乎就是因为那一句“怕上火，喝王老吉”。

但其实在王老吉上市初期，国内市场都已经饱和，它的这种略带茶味的饮料则很难有市场，全是因为它能够找准自己产品的卖点，从而打开了市场。这对于我们商家来说也是一样的，只有有了一个独一无二的卖点，才能给到用户必须购买你产品的理由。

卖点不要多，一个足够突出的就好。

并且我们最好将这个卖点展示在主图上。在现在这个快速消费的时代，消费者是不会有太多的时间去浏览宝贝的，所以第一眼就让消费者看到你宝贝的优势为佳。

在主图第一屏阐述卖点后，我们后续的主图中，就主要解决客户疑虑的问题。比如买iPhone，用户会关心是否是正品；买衣服，会关心款式、材质；买家具，会关心是否包安装等等。

通过卖点+疑虑解决，综合作用下打消用户对产品购买的心理门槛，促进转化、成交。那怎么知道用户主要疑虑点在哪里呢？我们可以通过以下几个渠道来了解客户：

客服聊天记录：消费者问的最多的，就是最核心的疑问；

评价：评价中可以比较直观地看到用户对于产品的诉求，如果自身评价不多，可以去看看同行的；

老客户池塘：通过老客户池塘征集大家对产品的意见，也是一个不错的方式。

除了点击率和转化率外，我最后再补充一点，除了点击率和转化率这两个率化因素，我们还要注意一下量化因素。

即有一定基数的点击和坑产后，才能更好地实现店铺流量的提升。在最初的拼多多中，坑产量化因素几乎是判断产品权重的唯一标准，即使随着系统算法的升级，量化因素的权重被减弱了，但我们也还是不能忽视。

这点其实也很好理解，拼多多毕竟还是需要赚钱的，如果一个商家，只花费了100块的推广费用，得到的权重优势却比花费了上万块费用的商家还要高，那对于商家来说肯定是不公平的，对于拼多多的盈利模式也是很不利。

所以大家在做付费推广的时候要有烧钱的心理准备，否则今天花一些明天停掉，过几天有想法了又烧点钱去开车。那根本没必要，还不如直接不开车，何苦去烧钱，这些钱拿去吃吃喝喝不香吗？

今天就分享到这里，如果对于内容有什么疑问，可以咨询老宋。

拼多多代运营

拼多多托管

杭州拼多多代运营

杭州拼多多托管

13078807615