

杭州天猫代运营告诉你，老链接如何优化不降权

产品名称	杭州天猫代运营告诉你，老链接如何优化不降权
公司名称	浙江省品融品牌管理有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	浙江省杭州市拱墅区祥园路108号3幢5楼511室（注册地址）
联系电话	13397212859

产品详情

杭州天猫代运营告诉你，老链接如何优化不降权

我们都知道，宝贝上架以后，随着链接的成长，产品生命周期的变化，对于宝贝的优化是必不可避免的事情。但是，我们很多卖家在对链接进行优化时都发生流量、转化等数据下滑的情况。那么怎么对老链接进行优化不降权呢？今天我就和大家分享一下这方面的知识。。不过在说这个之前先和大家分享一下不准备优化的老链接还有什么作用。

对于流量开始下滑的老链接，好多人都觉得除了优化冲刺一下之外没有别的作用了，其实不是这个样子的。作为曾经的流量款，老链接一直都有一个重要的作用被我们忽视了，那就是为新链接测图和测关键词。我们都知道一个新品如果要用直通车测图是花费很大的，而且得到的数据也不会太大，那是因为新品的直通车权重很低，前期很难拿到那么多的数据。但是老链接的权重就不一样了，而且老链接自带流量，我们只需要少量的投入就可以得到大量的数据，而且客户都是精准客户，人群标签完美。那么老链接怎么操作呢？我们可以找到和老链接关键词、适用人群、价格比较相近的新链接，然后用老链接的直通车去测试新品的主图。因为基本很多地方都很相似所以得到的数据是很可靠的，而且关键词相差不多的话也可以把想要的关键词组合顺序放到老链接直通车里面

进行测试，这样后期上新的时候组起来的标题不管是在引流、点击率或者转化上都会好很多的，赶紧让店铺的老链接给新链接铺好路吧。如果不是相似款，我们也可以用关联销售，对新款进行测款。

.....

一般都是在这个链接数据变现不好的情况下才进行的。那么一般哪些数据表现不好我们才会进行优化呢？这个大家应该都能说出来，那就是访客和转化率开始下滑了，所以我们才要对老链接进行优化。当然我们不能胡乱优化，我们对于老链接的优化一定要进行数据分析，有理有据。要优化这两个数据我们能做的就是对标题、主图和详情页进行优化，而淘宝是允许我们对这些数据做更改的，只要没有太频繁被淘宝判定为偷换宝贝就不会出现别的问题，也不会出现所谓的降权这种说法，只是有时候我们在做了更改之后这些数据表现的比原来更差了，而让我们觉得自己因为优化了宝贝一下就被系统降权了的错觉。也就是说淘宝是允许我们进行优化的，不会因为我们优化了产品就给降权的，那么为什么我们优化了老链接数据表现变差了呢？那是因为我们优化的方式不对，下面就和大家分享一下优化老链接正确的姿势。

一、老链接的标题优化

我们一定要牢记，任何的优化都是上架之前做好的，后期的优化都是微调。标题优化一样是这个道理。一个宝贝的标题以前要在上架之前左右，确定好主词、长尾词、属性词等等。宝贝上架以后标题很忌讳再次修改的。虽然标题优化表面看来很简单，只需要动动鼠标和键盘就搞定，但就是因为这简单的操作就很容易把一个老链接做死。

图1【图片来自淘宝网，仅供参考】

为什么说上架后的宝贝很忌讳再次修改呢？因为一个标题只要被淘宝收录了就会被系统重新进行词组的排序和整理，然后根据每个词组所产生

的效果不同而进行权重的划分。而我们在进行标题的优化的时候很容易对那些表现好的词组划分进行破坏，从而造成整个标题的权重降低，或者新换的词数据没有原来的词好也会造成权重的降低。

既然修改标题影响这么大，那么我们要怎样去优化标题才不会降低权重呢？我们标题优化时一定不能胡乱改，对于新换的关键词一定要进行数据分析，去分析以前的关键词为什么不用了，新的关键词有什么好处。我们选好词以后最正确的姿势应该是去测关键词的数据。在所有能测试关键词数据表现最好用的就是直通车了。具体的做法就是我们把要换的关键词加入到直通车推广里面，然后选择广泛匹配，因为标题所默认的匹配方式就是广泛的。之后出价上只要保证关键词有适当的展现量或者关键词排名在20名以内就可以了，切记一定不要为了得到更多的展现而出比别的关键词高的价格，这个也是为了测试这个关键词在和别的关键词出价一样的情况下引流能力的强弱。

然后通过几天的观察，看下这个关键词的点击率、收藏加购率和转化率的表现怎么样，如果各项数据都比我们要替换的关键词好就可以更改了。

图2【图片来自淘宝网，仅供参考】

二、老链接的主图如何优化

主图直接影响着我们点击率和转化率。我们的产品随着时间的推移，竞争对手的变化，主图的优化不能避免。在优化主图上我发现了一个有趣的现象就是，我们在上新的时候还知道测图的，但是大部分卖家朋友在进行老链接优化的时候就忘记这个步骤了，一般都是直接把做好的自认为好的主图直接换上。这样是不行的，越是后面的优化就越要进行数据的测试，也就是要用直通车对图片进行测试，而且新换的主图的点击率一定要是最高的才行，要不然就丧失了我們换主图的目的，而且表现不好的话还会拉低整个产品的权重。

三、视觉优化

视觉简单来讲就是图片，淘宝上涉及到图片的就是主图和详情页。所以

视觉的优化分为两个地方，一个是对主图的优化另一个就是对详情页的优化了。这两个地方最好不要同时修改，要不然会出现假如数据表现不好而不知道哪里出了问题，而且主图一次性也最好只修改一张，因为这个是跟转化率挂钩的，所以要小心谨慎一些，而且我们在上新的时候都会进行一个测试的，所以一般主图也不需要多大的修改。在进行主图的修改的时候一定要先放到最后一张的位置，然后慢慢的移动到我们想要替换的位置。

图3【图片来自淘宝网，仅供参考】

而进行详情页优化的时候也是遵循一个小部分优化的原则，也就是要找到最需要优化的部分，而不是大面积的优化，一般优化的占比不要超过整个详情页的10%就没有太大的问题。然后就是先添加，过一两天之后，看数据然后在删除。最后，就是替换的时间一定要选择这个产品权重最低的时候，一般是放在产品下架之后或者晚上11点之后去优化，具体的还是根据产品的访客走势来进行优化时间的选择。