

天猫代运营公司直通车里你必须知道的错误操作和技巧

| | |
|------|--------------------------------|
| 产品名称 | 天猫代运营公司直通车里你必须知道的错误操作和技巧 |
| 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

淘宝直通车里你必须知道的错误操作和技巧

做淘宝不能不知直通车，直通车作为淘宝付费引流方式之一，是我们必须掌握的技巧，而且直通车是辅助商家提升店铺流量和销售额的一大利器。尤其是今年，直通车改版以后，直通车的重要性更加的不言而喻。今天我就和大家说一下，我们在操作常见的一些误区和技巧。前半部分是一些基础知识，有基础的可以不用看。

我们想要开好直通车必须要了解直通车，毕竟知己知彼百战百胜嘛。这里我们先看下直通车的展示位置，我们来看一下。

一、直通车推广展位

1、PC端推广展示位

1) 宝贝推广展示位，包括：

A.我们电脑打开淘宝，随便搜索一个关键词，比如说我们搜索“连衣裙”，淘宝网搜索结果页面右侧，有16个竖着展示位。

图1（图片源于淘宝网，仅供参考）

B.搜索结果页，第一个商品，掌柜热卖（大部分类目有，部分没有）

图2（图片源于淘宝网，仅供参考）

C.搜索结果页底部，页面底端掌柜热卖横着的5个展示位，每页展示21个宝贝，右侧展示1-12位，下面展示17-21位，搜索页面可一页一页往后翻，展示位以此类推。

图3（图片源于淘宝网，仅供参考）

2) 定向推广展示位：旺旺买家版每日焦点-热卖、我的淘宝-已买到的宝贝、已买到的宝贝-物流详情页、收藏列表页等，都会有直通车相应展位。

.....

3) 活动展示位：淘宝网各频道页面活动，也会有展现位置，可以说，直通车无处不在。

4) 天猫页面展示位：天猫关键词或类目搜索，最下方掌柜热卖，5个展示位，根据电脑的屏幕显示自动调整展现位个数。注意：该展示位只展现天猫用户。

2、无线端单品展示位置

我们打开手机淘宝，搜索“连衣裙”，在搜索结果页每隔几个宝贝就有带有HOT字样的商品，这些就是直通车展位。直通车的付费模式是CPC，也就是说按点击付费模式，就是说只要买家点击了你的宝贝，才会付费。

二、直通车的基础操作

通过上面的了解，我们知道了直通车的展位和扣费模式，下面我们说直通车的基础操作。我们现在进入直通车后台，看一下直通车如何设置。首先我要和大家说明一点，那就是推广计划只能创建不能删除，最多能创建8个，所以，建议大家不要随便创建计划，有需求再创建计划。

直通车投放平台有很多，分为PC、无线、站内、站外等几种方式，这里我建议尤其是新手卖家先不要投放站外，因为站外的投放人群不太精准，这样转化率也会很低，当店铺做到一定级别以后，流量遇到瓶颈，这个可以在考虑。站内的投放呢，就是通过顾客搜索关键词进行推广展示，顾客的购物意向很明确，那么我们的转化率和产出也会比较高，这部分是我们重点关注的。

投放时间，有当前设置、全日制投放、行业模板。当前设置是根据自己店铺的情况进行投放，那么看下图，在蓝色区域我设置的投放折扣是30%，因为这个时间段成交很低，那么我不想把钱浪费掉，我就把重点放在其他高峰的时间段。

图4（图片源于淘宝网，仅供参考）

投放地域，这里每个地方每个店铺情况和产品情况是不一样的，我们可以在直通车工具数据透析了看地区点击率，选择数据高的地区投放。

我们都听过直通车质量分，而且知道直通车质量分是直通车里至关重要的一个因素。但是很多新手卖家不知道直通车质量分到底是什么，什么样的因素会影响到直通车的质量分。质量分的高低又和我们有什么样的关系呢？这些对于新手来说都是需要去了解的。直通车的质量分是2-10分，质量分越高，我们的点击量，展现量就会比较高。我们看一下这个质量分是怎么评定的，我们先新建一个计划，选择一款产品，我们这里以一款男士船袜为例，然后需要你选择推广目标如下图，这个地方建议大家选择自定义目标，因为前面两种目标都是系统推荐的，这样的数据不精准，反过来说如果前面两个目标数据精准，那为什么还有那么多卖家招专业的直通车车手呢？

图5（图片源于淘宝网，仅供参考）

接下来是直通车计划添加关键词，一般是精准添加长尾词，这种词精准价格相对较低。我们可以从新建的宝贝计划看关键词质量分。下面我给大家解释一下不同质量分的意义：

2分，类目放错了，这类型关键词直接删掉；

3-5分，属性错误，比如说你卖的是短款裙子，你去投放中长款裙子，那么你的关键词得分不高；

6分，账户权重低、相关性弱，比如说你卖的山西腌萝卜条，农家小菜这个关键词种类有很多种，相关性就比较弱；

7-8分，账户初始分，初始的正确分数，这种词就比较精准了，权重就会比6分的词高一些；

9-10，高分，词里边有很大的差距，有的关键词达到10分但是扣费高，有的扣费低，扣费差距大。

那么质量分解释完了，开直通车低于6分的词一般就不用选择了，如果是6分相关性弱的词通过适当的优化也是可以推广的。

上面说完了质量分，那么我们再看一下直通车质量分的影响因素，影响质量分主要有如下因素：

1、相关性：

投放关键词和宝贝标题属性类目是否一致，这个相关性如果有些弱可以结合创意提升。创意点击率，这个就是直通车的图，这个可以通过同一关键词不同创意去测试，相关性得分随着点击率的提升而提升。

2、买家体验度

收藏、加购、转化、停留时间，都会影响买家体验度，数据越好，分数

就是提升。

三、如何定位人群

基础的玩法清楚之后我们的重点来了，如何快速定位产品精准客户。我们看一下直通车人群细分。我推荐大家使用，也是最精准的就是我们的自定义人群，虽然这个设置会比较麻烦，但是这样设置的人群比较精准，设置好人群后，如果我们想快速定位抢占这部分人群，就会事半功倍，溢价系数根据人群定位调整，想精准并且大量投放就设置的高点。

图6（图片源于淘宝网，仅供参考）

我们做好以上的基础操作以后，我们需要等待一周出数据（当然，我们直通车操作一定是在产品做好优化以后操作），然后优化我们的直通车，比如说有的人群出价还可以的情况下没有点击花费，那么这部分人群就可以删除了，有展现有点击的先留着，可以优化看情况，这样反复调整几次，我们直通车的数据就会越来越好，我们推广的效果也会越来越好。然后添加新的词，然后在看数据，直通车就是这样一个反反复复的过程。