

## 拼多多常见推广问题答疑，拼多多代运营（中）

产品名称	拼多多常见推广问题答疑，拼多多代运营（中）
公司名称	杭州臻广科技有限公司
价格	12000.00/季度
规格参数	代运营:拼多多代运营
公司地址	4号大街28号2幢405室
联系电话	18966166821 18966166821

### 产品详情

今天小皮匠接着和大家释义常见的推广问题，还有下一期哦~

问题1：场景转化率低，有哪些原因导致？如何改善？

抛开产品本身不说，转僻的影响因素就是定向条件与资源位，不同条件和资源位本身就有一定的流量质量差距，加上配合产品出来的转化也多种多样。如何改善就是要进行测试。

问题2：搜索排名很靠前了，推广还要去争第一吗？

不一定，主要看效果。这边引入“同屏”这个概念，就是自然排名和推广位处于同一个屏幕内展示，那我们这边是优先展示你排名靠前那个位置。所以当自然排名很靠前时，我们推广去争第一，需要依据测试效果而定。如果效果一般，建议降价，保持不同屏，这样就可以有两个坑位；如果测试排名的效果比自然好，那可以提价上去占位置。

问题3：一个单元的点击率为什么波动有1%以上，是不是定向每天的人群的精准不一样？

首先你应该通过数据报表看下，流量来源是否发生变化，如果确实是流量来源变化了，做好相应的调整即可。大体上来看，目前广告的产品精细化程度还没有那么完善，所以会有一些波动；场景目前流量精准的手段不多，一定要利用好现有的精准工具的前提下，多关注多调整多测试。

问题4：应该怎么样养大词，前三天转化率多少算正常？

养词，我们建议提前1-2个月进行，相对来讲竞价及上分会相对容易很多；不同时期转化也不一样，如果是提前养词，转化低是正常的，应季的转化率一般5%算还可以，可以作为参考。但养词的核心还是点击率！

问题5：什么原因会造成曝光突然增加且推广预算烧得这么快？例如有天早上到晚上7点都不曝光，但晚上7点到10点的时候突然烧了900多元，转化却一般。

广告坑位之前一直是没排名（因为之前关键词删除了，权重掉了），在某些冷门时间段，竞争下降，广告投出去了，就会出现你这种情况。假设，热门时间段，出价5毛，流量基本每分钟20下点击。随着时间的推移，其他广告主降价了，你没降价就跑出去了。如果是场景页会有一些情况就是，部分位置坑位有限，你出一个价格一直排不上广告位，但随着冷门时间段来临，就有可能广告投出去了。

问题6：删除词再增加词有什么影响？

删除的词不能恢复，删去之后该词背后的数据清零，对应的权重也会清零，再加新的关键词等于从零开始。

问题7：基础出价已经是最低的0.1元，资源位上的基础流量包一直转化特别低，烧的钱也是最多，是什么原因，哪方面需要再调整？

最低的出价，还能调整的就是分时折扣（只投部分时段，或者改为50%最低的折扣），可能相对消耗出去的速度会慢一些。转化低，还是两方面：流量不精准（最好人群及资源位的测试，及设置适合产品的人群及位置，让广告预算从你选择的人群及位置中出去，效果相对会好）；商品自身内功不行。

问题8：场景直通车在点击高转化低的情况下能否持续开车？搜索一般应该留下哪些词，是点击高，还是曝光高的？应该在什么时候删除？

流量可以的情况下，转化低，就是流量精准度上，下功夫；以及商品自身内功多优化。建议边优化，边开车。如果实在亏损较多，可以降低点投放预算，做好精细化工作。

调整关键词的核心在于保证商品整体数据的稳定。最好是留下，有流量也有转化，ROI高的词。删词一般在冷门时间段，通过周期数据观察调整。

问题9：最近遇到了一个情况，就是一些大词出价很低都显示在首位了，试过几次了都是这样，但是没有曝光，这是开翻车了吗？还是系统问题？

大词在首位的原因，一个可能是该词通过广泛跑出去的时候，它的展现并非是大词，其实是类目相关的一些词，而这些词的展现，排名是按相关词展现来的。其次，如果是通过大词跑出去，可能是冷门时间段，稍微展现了几次，但随着竞价提升，不展示了，但排名是按之前冷水时段展现来记的排名，所以排名会靠前，但实际现阶段没有流量。建议还是多关注流量，可以提价尝试。

问题10：直通车像过山车一样，有的时候一个晚上就烧了比前天一天还多的曝光和点击，关键是没有转化。产比非常低，然后第二天又变的产比非常高，曝光和点击非常少。烧车一天不如一天，店铺流量一天比一天少，这是为什么呢？

建议结合实时数据，在分时折扣上做一些调整，变化波动如此之大，建议应该找下原因，是否流量来源发生变化。目前场景，精细化程度还未很高，建议推广之前多测试、数据变动多观察，发现异样多调整。