

拼多多常见推广问题答疑，拼多多代运营（下）

产品名称	拼多多常见推广问题答疑，拼多多代运营（下）
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

最后一期常见推广问题答疑来啦，商家朋友们再接再厉！！

问题1：直通车搜索推广和场景推广，哪个对自然排名的权重更大？想快速提升自然排名，应该加大搜索投？

两种产品各有优势，如果流量等各种数据一样的情况下，搜索加权会大一些，但往往场景的流量比搜索大很多，所以其实常规来看，差不多；两个产品一起使用会更好，但前提是店铺一定要有基础销量，基础销量！

问题2：直通车关键词选择，一直用系统默认推荐的词，现在出了新功能（热搜词；质优词；飙升词；潜力词；长尾词；同行词），想问下那种词最好？

没有最好，只有适合自己的才是最好的。比如：需要流量可以热搜词、需要效果可以长尾词、需要托词潜力词等。

问题3：如何解决多多推广中智能推广展现低、点击低、转化低的问题？

首先，观察一下是不是推广初期店铺没有进行初始推广，用户标签不明确。其次，是不是推广计划出价太低，因为智能推广的价格是根据基础出价的智能推广模式下采用自动调价。系统将实时预估转化率，对出价进行下调或上浮（上限不超过点击出价的1.5倍），如果基础出价太低，导致上浮价格任没有竞争力的话展现就会比较差。再次，产品价格是否过高较竞品对比没有竞争力，图片是不是没有吸引力，和竞品图片对比没有优势。最后，产品详情页表述是不是不够吸引人。

问题4：直通车每天烧近千块，连续烧了3-4天，怎么一点自然访客都没有，直通车点击多少下，显示店铺总访客就是多少，商品上爱逛街后还是一样，直通车多少点击 访客就是多少。下一步怎么操作了？

首先您的广告投放力度不算大，所以不明显，推广不亏钱，就使劲推。其次，自然点击量和访客量本身不是一个概念（一个访客存在多次点击的可能），广告点击量打八折（参考）是广告的访客数，你的所

有访客数减去广告访客数，就是自然访客数哦。

问题5：操作直通车下调，假如下调比例过快比如说0.27下调了3分，到0.24直通车曝光过慢了，甚至原来三百块钱四个小时，现在一天只消耗100块钱。然后上调价格至0.5，车也再也开不动，看了一下词排名也是在20名内，词也不是很小，站内信未看到商品降权信息，商品评分也在4.3，是什么原因造成的？

关键词出价已经比较低的情况下，不建议过度的调整（其实扣费和出价并没有太直接的关系）反而会导致流量不稳定等情况，影响数据的波动从而导致权重下降。关键词排名数据，默认是至过去一小时以内的，平均展现的排名，这个排名在流量较少的情况下，不太具有参考意义。建议您提高出价后观察一段时间，看流量是否恢复。

问题6：一直维持了很久的出价跟RIO，但是每次单价一出高，RIO就维持不了，久了曝光也会越少，不会随着出价高而增加曝光，不应该是现阶段RIO维持得好，属于优秀产品，随着出价高，曝光越高，收益更高吗？

首先要看现阶段流量量级是怎样的。如果一天只点百来下，效果好，这个不确定因素较大，因为样本太小。其次，出价提升，也就意味着排名提升，从而你的竞争对手（也就是广告位旁边的商品，综合实力）也是同比上升，如果你没有这个能力与他们竞争，势必数据会下来。举例：开始时因为出价提升，你排名提升了，所以流量有所增加，但因为你的产品综合不如竞争对手，消费者并不买账，导致数据效果有所下降，所以权重下降，原有出价下排名就下降，最终流量又有所回落。要打破这个恶性循环，就得不断的优化产品的综合实力。

问题7：每天每个时间点击量基本差不多，但是转化都不相同，是每天展现的人群不同吗？

不是的，首先不同的类目，不同的产品，消费时间段（转化的高低）确实会有不同的，建议根据实时数据做分时折扣模板的上的调整（如果原有投放已经有一定的量级，建议幅度可以小一些，通过一段时间转变流量来源的时间）如果高低相差特别明显，建议每天看数据做调整，但如果相差不大，可以看周期数据，因为转化本身就有延迟。

问题8：调整溢价对曝光和转化会有一定影响会，但只是降低了15%溢价就导致了曝光量和订单量的全线崩盘，调整溢价比的影响有这么严重吗？

低出价高溢价，相对效果会好一些。首先15%的调价幅度很大了，而且您还是降价操作，场景调整的原则，少幅多次。瞬间流量急剧下降的原因，举个例子：其实不同的广告位，都有个广告队列池，依据广告位数量，只取前100名，展示前50名，可能你降价了，就刚好被卡出在50名之外，就不展示了，所以流量就掉的很明显。

问题9：新品搜索测款，如果价高了，100元10分钟左右就烧完了。而且点击量少，一个词就几个点击，就算连续测3天，也没有数据作为参考。如果价格低了，完全没曝光。如何设置新品搜索测款和推广？

关于搜索测款关键词的出价，建议开始时可以高于市场均价的30%去测试。启动阶段，建议多观测数据情况，做一些细节上的调整。至于预算花费要多少，根据款与图的不定。我们预测过，假设测图、测款并列进行，一张图基本要500下±点击才有判断依据，点击单价0.3元，需要150元，一款产品需测试4张图打底，测款、测图，一个商品测试大约需600元，当然数据越丰富测试的数据越精准。

问题10：搜索推广的定价开的跟同行一样点击量不高，烧的也快，成交量却没有。场景根据建议的溢价也没有展现，投入场出比过低，是哪里出了问题吗？

出价一样，质量分是否一样呢，当然其实影响出价的还有分时及精准人群等。成交没有，还是精准流量，关键词、分时折扣、精准人群。场景推广没有流量，建议您先提价拿流量，再根据数据进行优化哦。

我们的地址：4号大街28号2幢405室联系手机：18658578187 期待您的咨询

我司专注于拼多多网店全托管深度代运营，目前公司成员63人。18只运营团队！合作后组建5个人一个团队来操作您的店铺，包括（运营店长，美工，文案策划，主播，直播运营）。运营团队内每位都有三年以上的专业经验！合作后店长直接对接，并且建立运营群。店长每天在群内反馈当天工作计划安排。并进行周总结，月总结，周计划，月计划！您每天都可以知道店铺进度规划！我们的服务是全托管的形式，包括店铺开店、装修、设计、产品上下架、爆款打造、活动策划、推广引流、资源对接以及直播策划引流，主播带货，直播间策划营销等所有后台操作！您这边需要配合，克服、发货、以及对货源的把控！！