

# 拼多多运营技巧及测图方法

产品名称	拼多多运营技巧及测图方法
公司名称	杭州臻广科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	杭州市钱塘新区4号大街
联系电话	18966166821 18966166821

## 产品详情

### 拼多多运营技巧及测图方法

浙江云首网络科技有限公司是一家专注于拼多多平台深度推广代运营服务,公司坐落在美丽的杭州。我们专注专一,只做拼多多一个平台,其他项目平台不做,这样团队更加专注,人员精力不会分散。我们的主营项目包括:开通注册店铺、店铺装修、主图详情精细化设计、产品同行竞品市场数据分析、主推产品打造、活动营销策划、对接多多进宝推广、直通车运营操作、对接运营小二等一条龙店铺服务。经过电商行业几年沉淀有对接流量型资源免费对接到店铺! 我们公司理念:今日事今日毕! 我们公司目标:给客户提供落地的服务,带来实际性收益!追求互利共赢!

### 一、测图测款的5大核心目的

测图测款前,我们首先要弄明白用直通车测试的目的是什么,才能把钱花的更有价值,不过一些大卖家就不需要往下看了,做了那么久,本身店铺的流量基数还有老客户的反馈就能直接测图测款了。

这篇文章也不是分享给大卖家看的,是分享给店铺流量基数不大,老客户也不是很多的店铺,来用直通车测试是相对快捷省事且准确的工具。

前期测试的核心目的是满足市场需求和平台系统规则

借助了平台来卖货,一方面要满足买家的人群需求,另一方面也要满足系统的

流量分配原则，测款的目的也是为了测试单品是否同时满足这两点。

### 找到引流创意图

无论是付费推广还是免费流量，实际上给到产品的无非就是展现量，想要后期流量能够爆发，一个高点击率创意图是必不可少的一环，用这个图，后期尽可能的拿到每个展现入口的点击量。

### 找到精准关键词

每一个关键词背后都有自己的人群画像，拼多多基于每个顾客原始的关键词搜索行为，来判断顾客的标签，因此我们在投入更多推广花费前，找到合适产品的那一部分关键词来，越早找到，后面就越少走一些弯路。

### 找到精准人群和资源位

个性化展现是基于个性化的人群，匹配对应的个性化单品的逻辑，所以，我们在测试的时候，要找到有产品需求的精准人群。

### 测试出自己单品合理出价范围

因为不同的单品，直通车推广的良好PPC也不同，有经验的运营一般在测试阶段完成之后，就能预判出后期是否要继续推广，打造这个单品的大概的ppc多少是比较的合适的。

毕竟直通车还是要考虑相应的投产。

## 二、测试的7大核心数据指标

### 关键词数据

### 创意图的点击率

### 精准人群数据

### 推广地域和时间折扣

### 场景的资源位

## 场景推广、直播推广和关键词推广效果

低价引流计划模式、智能车和自定义引流方式效果差异化对比

### 三、测图测款的预算如何计算

一般情况下，测图测款需要3-7天，每个计划花费800-1000推广费，每个计划的展现量要在1000+或者点击量在200+以上比较合适，当然这只是参考值。

想要缩短测试周期，就加大日限额，想要测试的数据更加精准，测试时间和推广花费尽量增加。避免数据的偶然性。

### 四、直通车测图测款实战流程

一般测试开始需要新开一个计划，图片选择静态，智能词包不开。

新手测试计划，日限额前期可以设置的低一些，然后每隔30分钟观察一下计划消耗状态，如果前期因为权重不高，烧不出去，可以适当提高出价，不过每次好仅调一个变量，这样才能知道到底是哪个因素引起的数据变化。

时间折扣测试期间建议全天全时段投放，观察数据变化，根据数据情况再来调整出价比例。

测试阶段地域设置，要结合自己的推广预算和产品来决定投放什么地域，一般类目的产品，基本上可以除了台湾、香港澳门等偏远地区，都可以投放的。

## 拼多多代运营

计划里的创意全部加满，测试之前多准备几张图片，创意标题前期可以统一，也可以参考每张创意的卖点，进行不同的编辑。

关键词添加的时候，做相应的数据分析，尽可能多加，因为是测试，不是养权重是养“精”，测试的时候还是要考虑到相应的可能性，统一出价，参考的行业均值PPC。

人群溢价的话，我一般是30%左右，当然也会根据店铺和类目进行调整。

## 五、如何判定测试结果下结论

既然是测试，就会有好的结果和坏的结果，如果测试出来的结果，款不行，那就果断放弃，避免更多的损失。

但是测试出来好的关键词、人群和图片都可以保存下来。

测试数据一般是下面三个指标，点击率 > 收藏率 > 转化率，也就是在测试的阶段，因为评价和销量会直接影响相应的转化和投产，因此会更看重点击率数据。

一般三个数据会出现下面的8种情况。（PS：数据好坏可以以均值为参考，点击率为均值的1.5到2倍，收藏达到10-15%以上）

### 【点击率好-收藏好-转化好】

基本上就具备了爆款的潜质，可以直接用付费推广工具扩大量和率的指标，后期冲一波活动。稳定类目排名。

### 【点击率好-收藏好-转化差】

宝贝内功需要进一步的优化提升。

### 【点击率好-收藏差-转化好】

典型的详情页优化不到位，可以在优化过程中，扩大推广力度。

### 【点击率好-收藏差-转化差】

可以作为引流款来培养。

### 【点击率差-收藏好-转化好】

优化主图吧。

### 【点击率差-收藏好-转化差】

不具备爆款潜质或者和同行相比，不具备优势。

### 【点击率差-收藏差-转化好】

一般这种情况是不怎么会出现的，毕竟连流量都没有，谈什么转化。不过要是出现了，检查一下主图和详情页是否出现问题了。

### 【点击率差-收藏差-转化差】

测图测款是运营的第一步，也是一个爆款起量的绝对因素。

今天跟大家分享下，在合作店铺连续3个月的数据