

水果类目拼多多运营推广方案 注意事项

产品名称	水果类目拼多多运营推广方案 注意事项
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

水果类目拼多多运营推广方案 注意事项

拼多多是农副产品水果类目起家，并且也是网上销量增长最快速 成本最低的一个平台。

水果生鲜保存周期短、易腐坏变质，大家在经营过程中不免会遇到售后问题。

关于水果类目，具体的推广方案，可以咨询我们，有专业的人员，先结合您的产品、货源、仓储、分析产品的优劣势、然后给你拿针对针对性的店铺提升方案。

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。

电商有6年多经验，目前拼多多代运营做了有3年多的时间了。

现在公司运营团队有76个人，包含店铺运营团队和直播团队。

店铺运营是每3个人一个团队小组，现在有18支运营团队，分别是 店长、美工设计师、推广助理。

直播团队包含有：主播、直播数据分析师。

全方面的进行店铺运营策划推广。

再此之前 先跟大家分享下 水果生鲜的售前环节，教大家如何从源头减少售后。

一、不支持无理由退换货

水果属于易腐品，不耐往返运输，不支持7天无理由退货。但是，如果你承诺了买家可以退换货，以你的承**准。

如果你不接受7天无理由退换货，记得在发布新商品的时候，在【服务与承诺】处，不勾选7天无理由退换货。

如果大家勾选了该标签，就会在商品页面展现【7天退换】，就等于承诺了买家我们是支持7天无理由退换的。一旦买家收到了不想要申请退货退款，就不能用“水果很容易坏”等理由拒绝买家申请。

二、偏远地区不发货

水果在运输速度方面要求甚高，一些偏远地区很可能收到货就坏了，所以有些商家针对部分地区是不发货。

错误方法：只在详情页里注明：新疆、XX、XX……不发货

这样是不行的，有的买家下单不会看详情页，或者是没注意到就拍下了。真正不想让这部分人下单，应该在运费模板里进行设置【不配送区域】

设置完成后，收货地址为不配送区域的买家将无法购买该商品。

三、催熟/储存方法提醒

催熟提醒

有时候为了运输的安全性，发货的水果不是全熟的。如果你卖的水果需要催熟，就必须要在详情页说明催熟方法和催熟周期。不然买家不知道会觉得自己买了不能吃，觉得你描述不符发起售后，就算你的责

任了哦。

储存方法提醒

四、净重问题

很多卖水果的商家，标题会体现【10斤装】、【买5斤送5斤】等重量，买家以为自己买了10斤的水果，但其实商家的10斤是包含包装、冰袋的重量。这就很容易造成售后**，建议大家在标题或者主图里说明净重问题。

上图就没有说明10斤是水果净重还是包含了包装的重量。这种情况下，买家觉得自己买了十斤，结果收到只有8斤，很容易造成售后**。

那我们应该怎么做呢

方法一：在主图里说明净重

方法二：在sku里说明净重

五、水果大小问题

我们在主图或者详情页上展示水果的时候，为了突出水果的卖相等往往放的都是特写图。

特写会让水果看起来很大，为了减少买家因为误会水果大小而投诉，**在详情页里做出说明哦。

方法一：可以找一个参照物（常见的物品），把水果和参照物放在一起比较，让买家一目了然。

方法二：除了找参照物，还可以标注水果直径大小，用数据说话~

六、产地和发货地问题

很多水果都是可以在全国种植的，特定地区的特定水果让人感觉更好吃。比如山东的樱桃、海南的芒果

、广东的荔枝、福建的龙眼等等。很多商家在标题里也会体现产地，比如：海南小贵妃芒红金龙3/5/10斤装.....

因为物流、仓库等原因，虽然产地是海南，但是发货地可能在广西。若发货地和产地不是一个地方，记得要在标题/主图/详情页里说出说明哦，以免因为买家误会造成售后**。说明参考：

七、水果包装不规范

水果本身比较脆弱，易腐坏变质，在包装上**能够加固措施和防撞击措施。如果只是把一堆水果散乱地放在一个纸箱里面，很容易在运输过程中就损坏了。因为包装问题造成坏果赔付，实在太亏啦。