

# 杭州拼多多代运营-如何承接活动后的大流量

产品名称	杭州拼多多代运营-如何承接活动后的大流量
公司名称	浙江天赞网络科技有限公司
价格	.00/个
规格参数	团队配置:三对一模式 服务模式:全托管服务 公司地址:浙江杭州
公司地址	浙江省杭州市钱塘新区东部创智大厦4幢417室（注册地址）
联系电话	18966166821 18966166821

## 产品详情

很多商家在上了一场平台的活动时，能够很明显的看到流量的剧增，但是下了活动资源位后，流量便开始骤减，活动确实是可以短暂的为店铺带来大量的流量，达到店铺某个阶段的运营目的。但是如果我们无法学会承接流量，那么对于店铺来说只是昙花一现，并不能为店铺带来长远的正面影响。所以，该如何接住这波活动的大流量，减缓流量骤减的趋势？为店铺带来持续的正面效应？承接活动流量，不能等到活动结束了才想起来要去捞回，而是要从活动期间就得有所规划和动作为后续承接流量做好铺垫。

### 一，在活动中应该怎么做？

#### 1，做出有效的坑产数据，为商品加权

大家都知道“权重”对于商品来说是非常重要的，因为它决定了商品的排序展现，商品的权重越高，自然排名也会更靠前。那么该如何提升商品权重呢？这个是很复杂的，与之相关的因素非常多。但是离不开点击率，转化率，好评率，售后率等这些数据。所以我们可以先从这些基本的数据入手，那想要有点点击率，转化率，首先必须得有曝光展现，那么活动就是一个可以做好数据从而提升权重的机会，在商品报上活动后，随着巨大的流量曝光，通过活动主图吸引点击，通过产品的优势提升转化率，为商品带来有效的坑产数据。而在活动期间增长的这些数据都无形中为商品提升了权重，从而为商品获得了在搜索和类目页更好的排序展现。

#### 2, 设置店铺收藏券

在活动开始前设置好店铺收藏券，一方面，我们上文也提到权重和店铺收藏率也是有关联的，所以增加店铺的收藏率可以提升店铺的权重，在同类店铺中，收藏数越高的店铺可以获得比其他同行更多的曝光量。另一方面，很多消费者在购买商品的时候都会犹豫不决，难下决定，在商品有活动价又有店铺收藏

无门槛优惠券的加持下，对消费者的诱惑力更强，可以更大程度的提升商品的转化率。其次，收藏店铺的消费者相当于店铺的潜在粉丝，粉丝越多越有利于我们营造店铺自身的流量市场，在如今的流量市场下，粉丝用户黏性高并且推广成本低。有了这群粉丝，后续我们可以利用店铺内的活动提高和粉丝的互动频率，吸引路人转换成为实际消费者。

### 3, 关联商品推荐

对于活动进来的流量，我们都想牢牢抓住并成功完成一笔交易，而活动商品只有一个，选择比较单一，所以我们可以利用店铺的关联推荐位设置其他的商品展示，为消费提供更多的选择，创造更多被交易的可能性。

### 4, 设置叠加活动以及服务标签

在参与平台的活动中可以叠加设置一些店铺内的特殊玩法，比如店铺满返、拼单返现，多件优惠等，同时并设置一些服务标签，例如退货包运费、极速退款等等，这些方式既能提升权重，又能促进商品转化。有时只要比竞品多一个小小的优势就是压倒性的胜利。

## 二，在活动后应该怎么做？

### 1, 争取登上其他资源位

在活动中，是系统给活动商品灌输大量的流量，活动商品也因为这些流量而获得更多的销量，GMV等，活动结束后，带走了系统直接给的流量，但是也因活动为我们的商品带来了登上其他资源位的机会。活动后，虽然会立即下资源位，但是只要商品的数据表现好，是会有机会登上其他资源位的。比如九块九特卖活动的所有商品都是直接推个性化首页的，秒杀活动结束后，运营会给出可以上首页的建议价格，如果商家同意即可登上首页资源位。另外，在活动中表现好的商品会出现在首页-推荐页面的热销排行榜中。总之只要商品在活动期间表现好，后续就会被挑中上平台其他资源位，获得持续的流量支持。

### 2, 做好客户售后体验

活动带来的订单暴增，那么就会随之带来很多的售后订单，我们可以在消费者收到货之后，主动问询消费者对于商品的评价，如果是正面评价，就可以马上邀评，为商品积累好评数；如果是负面评价，我们也可以及时采取解决措施，尽量不要让消费者的差评外露出去。努力让新客户变老客户，老客户变成粉丝，形成我们店铺的私域流量的闭环。

### 3, 返场营销

活动过后，没有了优惠价格的吸引，转化率自然会降低，那么这个时候就需要一个全新的利益点来吸引买家消费购买，减少价差带来的影响，我们可以利用其他的营销工具，做一些店铺内的活动，比如拼单返现，优惠券活动等，吸引那些在活动中想下单但还未购买的消费者，或将其成为短信营销的推送对象，以助于活动中遗漏消费者的再一次拉回。

### 4, 利用推广精准定位人群

店铺的人群精准度，会影响后期店铺的引流效果，而活动期间的流量可能会没有那么精准，会打乱人群标签，所以在活动后需要用搜索和场景推广去辅助，从而加强精准人群，来更好的提高流量和转化，我们可以从下面几个方面去考虑。

#### 1, 搜索关键词，

每个关键词后面都体现了市场需求，而每一个需求背后，对应的是一个人群。所以要找到这个细分市场，关键词必须得精准，要贴合我们产品的卖点，比如我们的产品是洗碗布，卖点是“不沾油”，那么我们就全力优化“不沾油洗碗布”这个关键词，要做这个词的排名和点击率，主图里面也要同样体现出“不沾油”。这样就会引起搜索“不沾油”买家的点击和关注，很容易得到排名和加权。

## 2、人群的精准，

可以通过场景推广的人群属性去定位，比如性别、年龄，针对相对应的人群做高溢价，以确保人群的精准性。哪一个人群数据表现好，这个人群的排名就会得到相应加权。举个例子，如果你的商品是轻熟连衣裙，而搜索你商品的人群正好是被打上“轻熟女”的标签，那么，你的商品排名就会获得加权。而这部分精准人群，在场景推广的人群定向中应该增加溢价。这样一来，精准的人群带来更多精准的流量，就会形成一个良好的循环。

如何承接流量，你晓得了吧