

一招教你解决拼多多新店没流量没订单的困境

产品名称	一招教你解决拼多多新店没流量没订单的困境
公司名称	新乡市云烁网络技术有限公司
价格	.00/个
规格参数	
公司地址	河南省新乡市红旗区洪门镇平原路与新二街交叉口西北角大景城20号楼2单元1202室(107以西)
联系电话	13023686605

产品详情

很多朋友都在问我，是不是拼多多的流量变少了，其实拼多多的流量一直以来都是很大的，只是现在流量碎片化后变得更加准。

以前1万流量进店，转化率只有4%，现在1万个流量进店，较好甚至可以做到8%，由此可见现在的流量是通过不同的渠道进店，进店的人群不同了。所以碎片化的流量对现在的店铺来说有百利而无一害的。

在碎片化流量的时代中，我们更要往店铺基础工作开展、过程的优化、产品的更新上去着重加深优化，因为细节会决定成败，产品也能决定流量准度及拼多多给予的流量准性。

从UV价值上看到的转化率强度，可以说越难抓住的流量转化率就越高，这代表着我们的搜索推广投放上，要加深更大的力度做好。

再从看看店铺服务数据，看看纠纷退款率、介入订单数量多少，如果这类型的订单较多，那店铺的权重展现就会越来越低，展现的几率也会变小。这就更难抓取到后期的准人群和准展现了。

从商品数据对比上，看出进店访客的对店铺款式的挑剔是否有很强烈的感知。这也可以看出消费者对店铺的粘性、对产品的认可程度是多少，从而转化成老客户，对店铺是有非常大的好处的。

那以上说的这几个点，就简单略过一下，因为只是让大家知道的是，我们想要得到这些准流量，得到更好的展现，我们就要从运营的基础上入手，到才能爆发店铺，展现到我们想要的人群面前，获取更好的点击、转化。

产品上架前，我们必须做好的步肯定就是：视觉内功、文案、内页、海报等：

一个产品基础的内功内页都完善不到的话，系统也是很难给到我们更好的推送、展现的。比如我们全店布局是以连衣裙为主的，那么们主推的款式既然是卫衣，那店铺定位也乱了。那如果我们是做男装为主的，男鞋、男帽、男装一起做了，这样不但影响拼多多对我们店铺的一个考核指标，还有人群进店的转

化率降低，更会影响整店的权重。对于店铺视觉这块都是大同小异的，我们只需要做到满意顺眼就可以，重点还是后面的操作上如何修改。

产品上架后，我们需要做的第二就是测款了：

款式上架后，我们就要进行款式的布局、测款测试了，那如果上了10款商品，我们必须测试出哪个款合适我们推的，我们怎样分为店铺的主推款、引流款、利润款，都是要通过测款出来数据后才能更好定论的。

从点击率高，但是转化率低的商品，我们可以看停留时间的长短，去优化详情页、文案、评价、优惠方案等，但是优化完之后还没得到很好的反馈，那我们就可以直接暂时放弃这个款，从而去加大力度推别的款式了。

如果是点击率高，转化率也高的，那自然就能成为店铺的主推款了，也是要看那时候的定价和方案，如果价格低且利润也很低，那可以作为市场的引流款去做，再尝试测试其他的主推款。

点击率低，转化率高，那这个时候可以优化主图的文案，当然也可以优化你搜索推广关键词的出价，也能优化场景展现的人群定位。

点击率低，转化率也很低，超过7天不断的优化调整还是不行，直接放弃。

说了测款的技巧，但是没说方法，自己也有点说不过去了，那就简单的说下测款的方法是如何的：

- 1.老客户测款：这个是简单，而且有效，也比较少耗费的方法，是可以着重尝试测新款的方法。
- 2.直通车搜索推广测款：这个方法很多大神也都在一直强调提过，这个不说太多，就说下测款可以新建2个计划，主要做引流计划和场景计划，不断的优化测款，这样能省下不少的花费，而且数据得来的准确度也较强。
- 3.分流新品测款：用比较好的款式，流量导入引导老客户或新来的客户看到新品，这样测试转化率。
- 4.第三方渠道测款：只要你在第三方有好的粉丝圈，那你测款也是非常快的，都在说自媒体但有多少个电商人真正做了自媒体呢？！

对于测款的经过后，我们把店铺筛选下来了，但感觉款式还是不足够或要继续筛选的时候，我们这个时候就要想把自己的劣势藏住，尽可能放大自己的优势。

这是什么意思呢，比如我们工厂是做女装连衣裙的，但是不知道为什么店铺里的普通衬衫反而卖得才是好，而且上升的趋势一直在涨，普通衬衫在店铺里利润也低，而且自己拿货优势也不大，反而变了店铺的主推款了。

这个这个时候我们就要开始规避这些劣势了，放大自己连衣裙的优势上去做了。我们可以把普通衬衫继续放着打造，更多的去引导消费者关注你店铺的主推的连衣裙，优惠方案、让利、这是直接的办法。

通过市场再去研发挖掘更多的连衣裙款式，自己工厂生产的连衣裙也大化的做好质量、款式风格。持续的上新，对店铺的权重也有一定的帮助的，为什么别人一个店铺做几千个商品，就是因为每上一个款就有一定的流量扶持的，这个是百年不变的硬道理，但是这里不支持大家做几千个商品，我只支持大家持续挑选好的款式上新测试的意思。通过款式的上新、测款、需要打造出店铺固定的风格。

从测款结束后，我们有的童鞋会发现流量还是稳定不住，还是很容易就掉失，那究竟是什么影响了我们的流量呢？

1.转化率：如果款式的转化率原本就不高，那我们去推荐这类的产品你的流量决定也是不高的。

2.店铺评分：评分是店铺很重要的指标之一，如果连买家体验都做不好，那系统是无法检测到你的商品是符合消费人群的。如果服务、质量、评分做不好，那你的流量就更难获取。

3.新品：新品多有一个好处，就是前期有一定的扶持流量的，但至于扶持流量能否抓住，其实也要看自己的转化能力和运营能力了。其实获取流量前期不难，难的就是产品如何筛选、测款。

4.物流异常、客服影响速度：这是大数据平台抓取商品展现的一个指标，其实说白了就是商品是否有做到位、服务是否有做到位。

5.点击率：影响到流量的一部分因素是因为点击率不够强，因为直通车搜索推广、场景推广、活动、多多进宝、等多个渠道展现出去的产品都得不到很好的进店流量，很大部分因为你的点击率未能做到位。所以从运营细节上我们是需要更好的做好点击率，有点击才有流量。