

拼多多代运营-推广小套路

产品名称	拼多多代运营-推广小套路
公司名称	杭州臻广科技有限公司
价格	.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

很多拼[多多](#)

卖家从一开始就想先去做付费流量，开车做一个款式起来看看效果，结果钱是没少花，单是没几单，这样一来小卖家实在吃不消。这种情况下先停下推广，来分析产品问题，然后来解决这些问题

我总结了咱们这边自己的[运营](#)流程是比较适合中小卖家的。

首先无论做什么都要市场分析，比如像活动单品活动前后价格、销量啊。然后就是测图测款，一般就直通车测就可以了。接下来就是产品的优化，要优化的有标题、主图、详情。这些做好了就是要看看活动啦，一定要权衡活动前后价格、销量变动成本。最后就是在直通车的维护上做功夫了，可以在临界ROI以上调整消耗。

通过市场分析确定利润与产能，分析竞争对手产品在上活动时的定价和销量，在活动后的价格和销量，然后用自己的成本套进去，再计算自己是否有利润。如果有，那就可以做这个类目或爆款了。学习同行的优点，避开缺点哦。

一边看做的好的同行，一边分析人家是到底怎么做的，上了活动的产品价格跟自己的资源优势对比如何，如果你在下单量较大时可以做到平本。那就能试试以活动为目的，先用最小的成本把店铺做起来。找出潜力款式做一些销量，上活动前有销量评价会让转化更高，做出营业额再进一步对接运营拿到更多的活动资源。

说到开车，每天控制一定的消耗，尽量压低点击单价，观察产生的ROI与平本ROI的具体差距；再通过查看关键词的排名和的点击单价的潜力（点击单价越到后面越低），及通过转化率的潜力判断ROI的潜力。不要主观去判断一个款式好或不好，要通过数据分析，才能最大可能地降低风险。要及时保存每天的数据，避免过了一个月之后数据没了光凭经验是很难判断的，稍微记错数值便可能导致资金的巨大损失。

开店过程中会不免会碰到一些突发情况，例如虚假发货之类，这些其实只要在发货时再三排查物流，发货后和收件员核对单号数量，发现问题件及时处理就能避免。最后就是要提升客服质量，维护好售前售后，整理及分析好关键词，优化标题，直通车推广结合报名活动。

今天来说拼多多开店初期，中小卖家该如何开拼多多直通车才能有效果又省钱。

一、搜索推广

直通车搜索推广是拼多多目前非常好的一个推广途径，但总会有部分商家说开直通车烧了不少钱，但是却并没有达到自己的理想效果。其实直通车推广不是没效果，关键是自己会不会开。拼多多搜索推广的展现位置是在搜索界面，第1+6n的位置就是直通车位。

1、拼多多开直通车要注重选款

直通车不是万能的，只是锦上添花的工具。如果选择的商品没有销量，受众群不广，直通车推广也是无能为力的。所以选择的商品还是要有基础销量、受众度要广，这样展现给客户时才会有更多的销量和点击。

2、拼多多开直通车选择推广商品数要控制好

如果说你用直通车去推广整店的商品，那么你需要很多的投入成本，自然钱就烧的快。再加上是扩散推广，效果自然就没有那么显著了，除非不停的砸钱。但是对于中小卖家来说根本不现实，想要将店铺商品推广起来，最好还是先选择2到3个商品。如果说这2到3个商品有了流量，然后再换其他商品推广。

3、拼多多开直通车对于关键词要慎重选择

其实选词基本都是通过搜索下拉框、系统推荐和找寻和产品高度符合的推荐词。也可以在甩手多多管家的人气热词这功能查找你店铺所在类目的人气热词，同时还可以查看各个关键词的搜索人气指数，根据人气指数来选择适合自己的关键词。另外，甩手多多管家还可以查询关键词的排名，让商家更好的了解自身产品的竞争力，以及在市场中的位置！操作方法及其简单，只要输入商品ID或关键字，软件可自动记录并监控商品排名指数，系统的记录拼多多产品的各项排名情况。

3、拼多多直通车找到最合适出价

拼多多直通车实际扣费价格=（下一名出价*下一名质量得分）/你的质量得分+0.01元。要想少出点推广费用的话，你就要保证每个关键词的质量得分要在8分以上，优先提高质量得分高、点击高的关键词的出价。还有就是最开始可以采取高出价获得曝光、点击和成交，但是之后就要慢慢降低出价，这样才能不浪费过多推广费又能起到很好的效果。

二、场景推广

拼多多场景推广玩法，总结起来其实很简单就两种：

一是低出价，高溢价；

二是高出价，低溢价。下面就来具体讲解一下拼多多场景推广实操方法。

1、基础设置与优化

1.新产品上架，一般先需要些基础销量，然后开始场景推广，如果是零销量，会特别获得曝光。

2.分时折扣设置：用拼多多的行业模板或者推广宝的系统模板。夜间分时折扣最低50%，其他时间用行业模板或系统模板。推广宝可以按周一到周日分别设置不同的折扣，这个比拼多多商家后台更方便。

3.出价：全体出价从0.1元，定向、资源位默认溢价10%，每天加价0.01元全体出价，直到获取曝光为止。

2、优化点击率

第一，不断优化四张创意主图，每天把点击率最差的图换下来，点击率目标值，达到行业类目最大词的点击率，比如女装一般是3%以上，我们可以优化到4%-5%左右。

第二，点击率高的资源位，每天提高溢价5%，定向一般最先出曝光的是相似商品，适当增加。口诀是一升一降，稳步提升点击率。当曝光稳定，点击率稳定，提高溢价的同时，降低全体出价，也是一分钱两分钱，慢慢降低，一升一降低，流量就更加精准，权重也会慢慢上来。

3、优化投入产出比

高点击率，降低点击单价，获取更多流量，优化投入产出比。当你的点击率上去了，烧钱的速度会很快，接下来你要优化产出比，加大类目推广，提升自然流量。