

零食拼多多代运营 爆款打造五步骤

| | |
|------|-------------------------------------|
| 产品名称 | 零食拼多多代运营 爆款打造五步骤 |
| 公司名称 | 杭州臻广科技有限公司运营部 |
| 价格 | .00/个 |
| 规格参数 | 服务模式:三对一 服务内容:全托管服务 公司地址:浙江杭州 |
| 公司地址 | 杭州经济技术开发区4号大街28号2幢517室 |
| 联系电话 | 18966166821 18966166821 |

产品详情

步骤一：了解市场发展运营节奏

在开始操作前，我们最先要去做的就是了解产品的市场，包括市场规模和容量，发展趋势，货品发展时间节奏等。其中时间点很重要，通过查询结果，我们可以看到这个产品全年没有明显的淡旺季，也就是说只要做起来了，一年四季都可以卖。那对于有明显淡旺季的产品来说，了解这个信息可以提前给自己留足够的时间去调整和准备，要不然急急忙忙上架，可能会导致不必要的资金投入。

步骤二：竞品分析

如果通过市场调查，觉得这个产品可以做并且了解了怎么做的大概情况后，我们就要去做竞品分析了，竞品分析主要做三项：

1、竞品数据

竞品即类目同款商品，你要了解的数据包括竞品近14天或者一个月的销量情况，SKU布局、主图卖点及详情页分析等。这些综合数据可以通过第三方软件查看，能帮我们更好的了解这个类目的玩法，在我们商品优化时给我们很多参考，比如某个类目大部分商家都拿买一送一作为卖点，那买一送一还能算作你的一个卖点吗？我们要做的是人无我有，人有我优！

2、竞品的流量渠道

接下来，我们查到竞品以往参加活动较多，目前也还占据多个活动资源位。然后我们分析自身的情况和各个资源位及活动的特点，决定自己可能适合哪条路。比如我看到竞品在竞价活动中的价格已经很到位了，我们新品再去跟人家竞争，家里没矿，太伤肾，这条路肯定行不通。

3、付费流量

然后再通过查找广告位，了解到竞品的多多搜索推广较少，应该是主玩场景。通过这些内容的整理，我们对这个类目做得比较大的商家有了一个基本的了解，对自己产品今后的玩法也有了一定的认知。

步骤三：做基础

1、商品基础功：主图，详情

这部分我们会去统计类目销量排在前10的商品信息，比如主图，把所有图片列出来，对照他们有什么特点和卖点，然后再通过分析相应评价，我们能知道他们的产品不好的点在哪里，从而可以取其精华，去其糟粕。

2、基础销量与评价

新品第一步，基础销量与评价十分关键。我们可以换位思考下，如果你想要买一件商品，搜索关键词，是不是很少会去点那些没销量的产品呢？没有销量，谁也不太愿意当第一个吃螃蟹的人，尤其的标品。我们可以通过分享链接或者免费送等活动做点基础。一般情况下一周应该可以达到100个销量20个评价的最低要求，这个做起来不难的。

步骤四：测款优化

我们在准备做一个新品的时候，千万不要盲目去做推广，推广前，测款很关键但也却被很多人忽略。

我们的A商品测试了7天，点击率6.58% 转化率7.03%，数据好不好要看你们自己的类目，对我们来说，这才接近行业的均值而已，这个过程中我们还是不停地换图片、优化详情。如下图，我们发现加了logo的主图比没加的转化高出2个点，这就是优化空间！

B商品开启多多搜索的第2天，点击率低于行业平均值，但转化率居然接近行业平均的两倍左右，由此可以判断B产品的流量消化能力不错，只需要找到一张点击率高的图就可以了。

此时，我们可以得出，B商品基本能划归到潜力爆款的行列，但是为了更加精准，我们A商品还是放着继续测试场景数据。

7天后，我们看到 A商品点击率1.58% 转化率3.98%， B商品点击率 2.03% 转化率7.33%，到了这一步，需要投入推广的商品就已经很清晰是B了，后面就是拉升数据来打爆这个产品了。

步骤五：推广

1. 多多进宝+搜索及场景推广快速起量

为了让这个链接快速起量，我选择了多多进宝。

多多进宝怎么起量呢，我这里给大家两个思路：第一个就是找推手去推广，通用推广+专属推广一起去操作，但这样效果来的太慢，因为不知道推手能力。所以还是推荐直接找团长，通过绑定团长来最大化的跑量。

我们要推的这个链接有两个SKU，最低价的是9.9元，为了前期能快速达到冲击站外排名的效果，我设置了6元的优惠券，20%的佣金比例，这里千万不要怀疑是不是有矿，我们接着往下看。

大家可以看一下，我第一天是怎么操作的：上午通过团长的发力，一个多小时成功销售1000单，这时候我们紧盯实时热销榜，当发现自己的商品上榜了，并且排名比较靠前，修改招商推广里的优惠券额度，这是很关键的一步。

多多进宝的佣金比例修改后需要等到时间到了才能修改，而优惠券是可以随时更换的，这很少人知道。如果还不放心的话，可以到后台设置单独的商品立减券，后面就可以依据出单量的情况自行选择取消优惠券或者修改优惠券额度。

冲上热销榜后，全网的推手就都能看见我们的商品了，我们只需要把通用推广开起来，把通用推广的佣金比例设置成和招商推广一样就可以了。在推广期间，搜索和场景千万不要关掉，宁可设置限额也不要直接停车。

拉起来后，后面减小多多进宝的投入，同时继续用付费推广去拉，因为初期由于搜索+场景花钱引进来成交的单量和营业额不太够，也只是通过多多进宝冲销量拿权重，起来后用付费推广，就能做到ROI的平衡了。

2、营销活动助力爆发

第二天，我们就可以看看后台的营销活动了，考虑自身情况，可以拿到的就试试。当你的销售额、订单量到一定量以后，系统也会自动抓取你的商品给一些资源位上，甚至还能带你坐上推文的高速小蓝车，这些流量卖出去一单就赚一单都是不花钱的。

总结：

- 1.千万不要盲目跟风，老铁是有练过的。
- 2.一定要选择推广效果好的商品，后期我们吃的还是主站的流量。
- 3.多多进宝前期操作可以适当的控制微亏。当然如果多多进宝在有利润的情况下能跑起来是最好的。既然要跑进宝了，就要有个长远点的规划，不要只在乎眼前利益。
- 4.道路千万条，风控第一条 操作不谨慎 亲人两行泪。
- 5.测好你的款，测好你的图，做好你的转化！不然跑完进宝恢复原价后，没了价格优势，你还是没有竞争力（是不是触碰到了做过秒杀的老铁们回价后的阵痛情况呢）