

拼多多代运营 爆款核心分析 全流量解析

产品名称	拼多多代运营 爆款核心分析 全流量解析
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

做电商运营的，爆款都是每位商家梦寐以求的操作目标。其实要成功做一个爆款，重点的是在于细节上的改变、优化，细节决定成败。通过日常运营中的修正修改，把错误的地方修正然后走上正道，才是目前浮躁的电商人需要做的。心急吃不了热豆腐，相信这句话很多人都知道，但真正做到的人就少之又少了。其他话题不多说了，这次分享的是关于爆款模型的核心分析以及流量全方位解析的重点操作。

一、爆款模型核心分析，这些影响因素你了解吗？！

1、营业额KPI=流量X转化率X客单价

营业额能够达成，是有足够的流量和好的转化支撑，再结合客单价计算一起，做好营业额目标的爆款模型就算是完成了。当然我们也需要知道的是，一个爆款的支撑点虽然是销售额，但我们也要明白你需要多少的流量和转化率才能达成营业额目标，这是我们第一点需要知道的爆款模型分析核心点。

2、流量

上面说到的流量体系，是我们做爆款前第一步所需要知道而且需要做好的。流量=点击率、点击率=流量，这属于一种体量，就是流量体量。如果你爆款未能形成，可能第一步要做的就是点击率了。

3、转化

对于获取到流量和做好点击的情况下，我们要做好的就是转化率了，转化率是销售体量，销售体量我们又分为几个核心点去剖析：

1) 收藏率：收藏指标你做的如何，在行业中是否能有明显的排名？

2) 转化率：转化是否能达到行业均值水平

3) UV价值：流量是否能得到最大化的利用。

4) 坑产：指标如何

这四个点，就是我们要关注的销售体量里的一些指标。

4.售后

售后是拼多多系统给到你的一个展现流量分配的时候，当你的售后指标做的不好，那你的流量和展现下滑的几率就非常大了，所以我们分为两个指标去做好：

1) 退款率

2) 中差评

当然，每个类目和行业的指标都不同，你可以高一点，但不能高太多。很多朋友发现突然手淘首页流量就爆发了，但过了一段时间突然就没了，这就是因为这两个售后指标做的不好，影响了产品的生命周期。

二、做一个成功的爆款，怎么优化才算是合格的指标？！

1、点击率

首先说的就是点击率，因为点击率的权重已经强化了2次了，甚至可以说比起转化率权重还要高，所以第一步我们需要做好的就是点击率。点击率优化如何做呢？主图：

1) 标准：高于行业均值以上，这是第一个指标，主图测试后需要有这样的数据才会是好的图，一般来说

是1.5倍以上，当然2倍以上是最好的了。

2) 直通车测图：我们可以通过智能推广、轮播，这两个方式进行测试主图的点击率。

3) 主图策划：文案的突出，突出核心卖点，做好主图的视觉点击。

2、收藏率

收藏率指标也是考核的重要指标之一，商品是否能得到大家的喜欢，除了点击转化之外，就是收藏率了，这个率我们需要很好的去提升，下面给到几个方法：

1) 详情页引导：详情页第一屏是很关键的操作，在美工视觉优化过程，我们需要知道第一屏的详情页是否能留住买家的收藏，不管是否转化，第一步做好的就是第一屏的测试、优化、更换。

2) 客服引导：对于询盘，基本询盘下单的力度都很大，除非你的产品客单价比较高，转化周期确实是长点的，但收藏率通过客服引导下来是会很高的。

3) 主图引导：在主图上，我们可以通过营销方式、促销方案，进行一些引导收藏架构。

4) 推广引导：对于推广中，大家都知道多多搜索、场景、聚焦展位，是目前付费中较多人使用的工具了，所以我们在推广的时候集合上面的几个做法，可以很好的做好收藏率！

3、转化率

对于转化率指标，无疑和点击率一样，转化率代表着商品买家是否有着强烈的喜好，有着强烈的喜好才会进行下单的，所以转化率这个率是关键之一。通过以下3个点优化，提高转化率：

1) 促销：促销是每位消费者都喜欢的，无论是什么大促节日618、双11、双12，消费者就是看到促销活动才会进行下单和集中购物的，所以在促销上，无论是否大促节日，我们都可以做出自己店铺的促销活动方案，转化率能够快速提升的。

2) 详情页突出：其实详情页，我们不需要过多的介绍自己的产品有多牛，只要你能够展现出产品真正的卖点、用处，接下来结合的就是文案，让买家知道我们真正的卖点是什么，做好突出的功能、实用性，你的详情页自然能够做的很完美了。

3) 竞品：我们要时刻关注竞争对手的走向，看看他们做的营销活动、价格、详情页、主图等方面，做好

竞品分析，然后再通过这些统计的数据做好自己店铺的产品转化、

4、UV价值

每一个进店的访客，都是我们的意向消费者，我们要如何引导他们进行下单做好UV价值这个率呢？

1) 不买的可以引导购买：我们可以通过促销方案、文案、询盘的时候，做出一些能够吸引买家下单需求的做法。

2) 买的人引导买多件：送？满减？这些技巧都可以提升UV价值率哦。

5、退款率：

退款率，也是一个爆款是否能成功的关键点的，你的退款率越低，当然系统就觉得你的商品接纳的人多，从而判断你的商品质量方面肯定是很好的，所以下面分享几个点，做好退款率：

1) 退款率低于行业均值是最好的，这样系统能知道你的产品硬性。

2) 查找退款原因

3) 积极做好、处理好，退款问题。

4) 不要进入纠纷退款

6、中差评

评价这块，之前也分享过很多的，如果是差评太多，是很容易导致自己商品转化率很低，转化率很低的话，爆款和流量就基本下滑很严重的，所以我们必须做好评价这块。

1) 提前布局，做好晒图有礼：这个方法百用不厌，因为提前布局，我们可以通过下单的消费者中进行晒图返现，避免消费者迟迟不收货或单品别人有不好的想法，

2) 积极处理中差评：如果是中差评出来了，不需要慌张，看看消费者真正的需求是什么，我们可以在3天内联系解决，态度好的话就没关系的。

3) 找出中差评原因：要发现这些评价的问题所在，我们下次就不要再犯此类的错误了。

