

拼多多代运营 爆款核心分析 权重全面剖析

产品名称	拼多多代运营 爆款核心分析 权重全面剖析
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

大家好，这次分享第二期的爆款模型核心分析，当然包括的东西有很多，比如权重、综合评分、销量、点击率、评价，但这里很多人不理解的就是“权重”，因为权重是看不到的，只是可以说是一种无形看不见的东西。那如何提高权重呢，大部分都肯定说：提高点击、提高转化、提高销售额，当然这肯定也是一部分了。

但我们需要知道的是，权重对我们的影响以及权重的深入理解，我们真的懂吗？如果懂得权重，我们是否能够更好提高排名、提高流量，以致后期的销量持续递增呢？

一、权重是什么？

权重我们查不到也看不到，是拼多多给到我们店铺和单品的数据指标得出来的综合评分，根据权重的高低会给到我们商品得分，不同的数据表现权重高低不同，排名和展现就不同了。

打个比方，突然有一天我的商品排在搜索的第一页出现，而且流量从一天100突然暴增到1000，为什么？因为权重提高了，权重可以代表着我的商品已经被系统看中了，而且各项的指标都符合，综合得分也不错，拼多多系统就给到我们商品分配了较好的展现和流量测试我们商品能不能做好售后、转化。

二、拼多多系统排名的原理

在目前的个性化搜索展现时代，拼多多系统抓取买家的购物浏览行为、买家账号的特性分布，等方面判断我们商品是否受欢迎，或我们展现的人群是否精准，从而根据数据的得分高低，分配给到我们的排名和流量都有不同的。

1) 人群：我们可以通过一些第三方工具或看看关键词流量驱动来源，看看自己店铺目前的人群是否精准，如果相差很大，那你的人群就很差，从而系统不会给到很好的展现和精准人群给你的，自然而然你的排名就很低了。

2) 权重：权重的高低、大小都会影响到系统排名和展现的，分配流量的精准度是人群，分配流量的多与少，就是要看单品的权重了。

所以我们想要得到好的系统排名和流量，我们就必须做好人群、权重这两者。

三、权重是根据买家点击、浏览数据的统计、计算。

如何给商品提高权重呢？当然最简单的就是买家通过浏览商品过程中，产生的：点击、收藏、停留时间、访问时间深度、转化、成交、好评、晒图等方面综合数据去做好的。拼多多系统是根据这些数据来统计出权重值的大小。这也是最简单的说法了，如果要说的复杂点，也就是每一个指标剖析的话，那当然话题和字数都很多，但个人感觉分享的话就没太大必要把简单的说成复杂，因为就只是这么回事。

不同的类目、行业数据，都有不同的权重值大小。

如果权重很难提高，那就是类目的竞争很大。

如果没有点击，就要开车、做好主图。

如果收藏率很低，就需要尝试优化下促销方案。

如果停留时间短，看看是否自己的详情页和促销方案是否出现了问题。

如果转化率低，就看看产品是不是没有优势。

如果评价很少，是否看看如何带动客户晒图。

其实这些都非常简单的，因为你的类目和产品根本不同，所以我也不好绝对性的说出一些操作的方法，因为技巧和运营思维都一样的，根据这些去操作就没错了。

四、权重是怎么产生出来的？

如果是新产品，为什么你会有扶持流量和展现呢？因为前期拼多多给到一点“扶持权重和流量展现”给你，才会前期的扶持流量的。但如果扶持期过了，权重没了，怎么产生出来的呢？

1) 标题优化：通过标题的优化，衍生出权重是肯定的，但权重大小不是根据你的标题而定，而是根据你日常运营过程中的搜索点击而定的。

2) 店铺装修视觉：这些都比较容易懂，如果连视觉装修都没做或做的很差，那系统凭什么给你展现和权重？

3) 发布商品：发布商品都会有一定的扶持权重的，这就是上新的好处。

4) 店铺保证金：这就不多说了，都知道！

权重是根据这几个小点可以产生出来的，但重点产生出来后是很小的权重根本没什么用。我们就需要通过商品曝光出去，然后再给予这些渠道更多的权重提高，商品的排名和权重才能更高的。

五、哪些数据能够提高权重、构成权重。

1) 店铺方面：30天的成交金额决定了权重的大小，也决定了给予商品展现的几率。

2) 评分：店铺整体的综合评分是非常关键的，就是评分如果低，那你的展现也会降低的，因为这个DSR评分放出来是为什么？就是要商家都去重视这几个指标，如果这都没做好，那你的权重能提高？能构成？

3) 动销率：一般上架了30天的商品，没卖出去一单的，都建议直接删除，动销率也是权重的关键部分。

4) 店铺处罚：店铺服务情况、处罚信息等方面，这些都会影响到权重的。所以要注意多看看店铺体检这块哈。

六、关键词权重

关键词权重=点击转化反馈+近30天的销量

这句话怎么理解呢？意思就是你的商品30天的销量怎么样，如果是较为不错的话，就是要看通过哪个关键词进行转化的。

如果是通过大词“连衣裙”则每一次的权重增加都是100%。如果是通过长尾词“连衣裙修身”则会给到“连衣裙”50%权重，“修身”50%权重。而这类型的统计，是按照30天（一个月）的时间进行统计，在给予关键词搜索下的权重排名的。

七、通过哪些渠道、销量，是没有权重的？

1) 拼多多客：拼多多客成交，官方已经很早说过了，只有销量展现，但不会有权重的，所以做拼多多客的商家，如果要亏钱的话就要看看自己的目的是什么了哦！

2) 站外活动：站外一些卷皮、折800、秒杀网等，都是和拼多多客一样，只有销量累计，没有权重的哦。

这两个渠道的销量，是没有任何权重的。那哪一些权重比较好的呢？

官方的推广工具：直通车、钻展、拼多多达人、拼多多头条、必买清单等，这些渠道的流量、点击、转化、收藏等数据，都是对商品有一定的权重增加，当然没有自然搜索的权重高，但前期你自然搜索排名很差的情况下，通过这些渠道去很好的增加权重和排名，也是很好的途径哦。

八：3个核心重点

1.权重其实就是我们商品的“质量得分”，买家通过浏览行为决定我们的权重大小和质量高低。

2.权重分为单品权重和店铺权重，重点的指标我们需要注意的是转化率、销售额。

3.自然搜索关键词成交下的权重是较大的（包括直通车关键词），前期没有自然搜索流量和排名，只能通过推广渠道的话，建议直通车做关键词，超级推荐的人主要是做人群的哈。

4.站外入口、拼多多客：只有销量累计，没有权重增加的。