

拼多多代运营如何选品测品通过直通车打造爆款控好roi

产品名称	拼多多代运营如何选品测品通过直通车打造爆款控好roi
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

第一个特点：你的产品要能解决用户的某一个或几个痛点

比如，我的一位朋友在微商卖一款膏药，这个膏药效果确实不错，一般贴上两贴就能见到效果，这个膏药就是一个很好的解决用户痛点的产品。

能解决用户痛点的产品就是一个很好的爆款产品，你只需要先进行小范围测试，如果你的产品确实很好，转化率很高，就可以放大批量招代理、销售了。

第二个特点：你的产品要是一款刚需的产品

什么是刚需的产品？

就是人人都需要的产品，能满足每个人的需要，最好是关于衣食住行方面的，适合女性消费的产品，能满足这个特点，你的产品就是一款爆款产品。

第三个特点：使用率高的产品

如果你的产品别人购买后，每一年或者十年才需要使用一次，那你的产品就不是爆款产品。

因为你的产品使用率太低，这样的产品就很难做大，而且你做起市场会非常累。

第四个特点：复购率高的消耗品

什么是复购率高的消耗品？比如：酒、水、饮料等就是复购率很高的产品，几乎每天都需要，这个产品消耗掉，就需要再次购买，这种产品的市场是无限大的，如果你选择了这样的产品，才有可能成为爆款。

。

第五个特点：已经被市场认可的产品

这种产品已经被市场认可了，你无需再重新教育，也没有什么售后。

如果你的产品太复杂，这样的产品你需要重新教育用户，需要做市场调研，花费大量的推广资金，最后还有繁琐的售后服务，这样的产品就不是好的产品，很难做成一个爆款产品。

第六个特点：客单价低的产品

客单价低的产品客户容易冲动消费，特别是在移动互联网时代，很多人对于几十元的消费根本不在意，随便一冲动就购买了。

如果你注意观察会发现，当前做微商的，他们的产品客单价一般都不高，都在100元左右，所以客单价低的产品可以让客户快速下单，冲动消费！

在市场竞争非常激烈时代，不管是传统行业还是电商企业，没有一个爆款商品，或者没有一群小爆款商品，生存都是困难，更别说能够打败对手，快速做大做强。

任何一个产品，如果想在行业出人头地，扬名立万，占领消费者的心智阶梯，就必须有爆款，但是，并不是所有的产品每--开发出来就是爆款，爆款是有爆款基因的。

对于我们做电商的来说，爆款商品不仅仅意味着销量的提升，更是能够带动整个店铺全店产品的关联销售，对降低库存风险、优化供应链、撬动自然流量、提高转化率超越竞争对手、带动其他产品销售、做大做强带来信心等方面起到非常大的作用。

爆款具备以下几大基因:

一,处于生命周期的成长期、成熟期前端。

拥有产品开发能力并且能够创造带动一个行业的团队，在市场竞争中具有绝对的优势,另外，意味着所有夕阳产业都不要去碰了,人家基本都退出了，你在进去也毫无意义。

二，绝对超值的性价比。

人群的消费层次中，中下层次占据绝大多数，您的产品应该卖给大众化群体，小众化群体的需求支撑不了一个爆款的爆发，所以，主打性价比产品是比较容易爆发的，小米的每一个爆款都是主打性价比，进入一个行业颠覆一个行业。

三，优于同行产品、解决痛点。

卖家为什么要买您的产品，不买其他市场上林林总总那么多同质化的产品，不仅仅需要你文案广告做得好，核心的问题是，你的产品能够击中他们的痛点，解决他们地麻烦,满足他们地需求。

四，高颜值、高品质、高实用性。

现在消费升级，追求更好看更实用更有品质的产品，所以，外观颜值等第-印象都很

LOW的产品，首先就失去了竞争优势。

五，供应链端很强、出货快。

再供应链方面，卖家很纠结，一是怕把供应链建立强大了，但是打不爆产品，二是打爆了产品，又怕供应链不够强大，后期供应链出了问题，要么生产不出来，要么品质很差等等，导致灭顶之灾。

六，非季节性产品。

针对长期运营的公司来说，水果生鲜本身是季节性的除外，如果季节性很强，比如上半年累死，下半年没有事情干，所以，需要找到互补的爆款来运用，公司需要长线发展。

七，高频购买、回购高的产品。

高频购买意味着回购率高，意味着一个消费者所带来的产出高，不用总是流失客户中去挖掘新客户。

八，方便打包的产品

现在是电商时代，卖往全国或者全世界，如果运输过程容易破损，售后特别多，也做不大。

对卖产品来说投放直通车是锦上添花，不是雪中送炭。可以让好产品卖的更好，不好的产品直通车投放效果也只能是差强人意。

所以选款很重要！我们具体是这么做的：

单独设置一个测试计划，并设置好基本参数和准备好创意图，挑选10-20个长尾词添加。每个计划配4张创意图，每张创意图要能展现产品的一个特点。

为了更快的拿到更多的展现量，词语选择广泛匹配，出价高一些以流量获取速度为基准。具体的日限额根据不同的产品来设定，保证单张创意每天至少有50个点击量，连续3天。

款行不行，重点看3个指标：点击率、转化率、收藏加购率。

点击率一般要是行业水平的1.5-2倍较好。高点击率的图片非常重要，这里值得你花足够的时间和功夫。

转化率决定了成交速度，2%的转化率和3%的转化率同类产品，销量的天花板是不一样的。测款的时候因为销量少，转化可能不好，但是通过卖产品的速度仍然有参考价值。

收藏加购率是比较能体现出产品是否受欢迎。具体的比例多少，这个视具体类目而定，如果是标品，还有考虑价格的影响。

首先请明白投入产出比ROI计算

$ROI = \text{点击量} * \text{转化率} * \text{客单价} / (\text{点击量} * \text{平均点击花费})$

ROI是由点击量、转化率、客单价、平均点击花费组成

题主说的是转化率低，转化率跟内容相关，内容包括详情页，产品介绍，活动优惠，价格，销量，评价，质量。

会网购的人都会去对比，除非男装，男装的客户群体比较特殊，所以你的原因出在哪里了，非常清晰了。

销量、评价和价格是大部分决定因素。

销量不高，但是好评比较多，那么你的转化也可以上一个台阶，评论区只要有三条或者以上的差评本来销量不高的产品再加上差评对你店铺打击是雪上加霜！

把基础做好再开直通车这不是没有道理的

因为你店铺无法承接比较多的外部流量，俗话说德不配位差不多是这么个意思。

内容的优化是要技巧和方法的

不是蛮头苦干就能做出来的，有时候需要接触新的东西，找到灵感。