

拼多多代运营 快速给商品打上精准标签

产品名称	拼多多代运营 快速给商品打上精准标签
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，今天给大家分享一下，店铺的人群，大部分是针对中小卖家去解说的。因为现在的中小卖家都比较迷茫，因为不知道自己应该从什么位置开始出发，出发后应该从什么位置进行修正修改，所以这次主要针对的就是“打标”精准人群的设置，这个话题去进行分析！

一、进店人群不精准，对店铺有什么影响呢？

这个是老生常谈了，店铺精准人群都知道会影响店铺产品标签，还是再说一次：我们可以通过流量概括、或第三方工具中看出自己店铺进店人群的转化率如何如何，如果进店访客和产品与店铺不匹配的话，那我们接下来可能产品形成的标签就不一样，如果标签形成和产品不匹配的话，就会进入几个困境：

1、流量越做越少

当你人群不精准的情况下，搜索排名会越来越低，大家都知道多多搜索推广带动搜索的几率是很大的，因为搜索推广的关键词点击、收藏、转化，都是对产品有一定的权重增加。那如果你付费推广开了很久、花费也不少，为什么免费流量还一直都提不上去呢？可能就是因为人群精准度的问题了，人群精准度不强无法提升产品排名权重及标签的精准度形成，所以导致越做流量就越低。

2、转化率低

对于转化率，大部分卖家肯定是说：价格不够低、主图做的不好、详情页要继续优化、营销方案要更改，这个固然也是我们需要去注意的，但转化率低除了刚刚说了几个点之外，最重要而且最容易忽略的就是人群精准度不足。如果人群精准度很低的话，那你的转化率怎么提高呢？

最简单的一个比方，你现在做的是家具类目，如果进店人群都是18-25岁之间占比较多（可以从账号的消费以及实名认证看出来的），按你觉得你的转化率能够提高吗？这个年龄阶段的消费者，根本就不是那种为家庭购买东西的账号和群体，除了个别是帮父母看看之外，绝大部分都不是购买家具的消费群体，那如何提高转化率？

3、提高搜索排名流量

现在做网店的朋友，都想要获取搜索排名的免费流量，搜索流量出了根据销量、评价、收藏之外，重点的还是看平常消费群体进店的精准度，给予标签的形成。有时候搜索自己的行业，可以发现，有的200销量也会排在5万+销量的前面，为什么呢？这就是因为标签的问题了，200+销量的产品可能标签定位很好、平常的售后纠纷也做的不错，所以排名自然会更高一点。

所以总结要提高搜索排名流量，我们不仅关注产品的销量、评价、收藏率，还需要关注的是转化率、人群的定位投放是否精准，纠纷率是否有做好。

二、精准人群的获取方式

对于精准人群的获取方式，我们可以通过几个方面入手，从产品的内功开始进行优化，再通过老客户的营销方案进行二次回购形成标签，当然最核心最有效的方法可能就是付费推广的多多搜索和场景推广了，我们先从这几个点去剖析。

1.产品内功细节

其实产品细节内功，无非就是一些标题、关键词、主图、详情页、属性，这里标题优化我们前面也说的比较清楚了，对于属性这块也要给大家说下。对于属性的了解大家也不陌生，对于属性的填写，不完整与完整的权重也都不同，但这里又延伸出另外一个问题了，给大家看一个案例：

当我们进行搜索关键词“瑜伽服套装女两件套”为什么呈现在搜索前面的产品，标题中并没有含有“两件套”，但为什么可以排在前面呢？那就是因为属性的问题了（看属性）：

当买家进行搜索产品的时候，虽然我们标题中并没有包含类似的搜索关键词，但我们的属性中，也已经被系统收录到展现给此类的搜索消费群体，那你觉得属性的用处大不大？是否要去看看你的属性参数填写完整了吗？！

2、多多搜索人群的设置

对于多多搜索，我们可以选择关键词投放到消费者的面前让消费者搜索的时候看到我们的产品，那里面的人群设置你注意了吗？人群设置是更好的利用关键词搜索展现的情况下去溢价，做好自己的精准人群投放。

1) 人群

投放人群，我们要适当的选择我们自己产品偏好的人群进行投放设置，比如你是做家具高客单的，那人群偏好可能是折扣，那我们可以对折扣这块的偏好人群进行高溢价。如果你是做服饰的，那我们可以进行爆款偏好人群进行溢价投放。还是那句话，投放人群要看自己做什么产品和什么类目是最关键的。那你想要获取什么样的人群，形成什么标签，这个人群中也是可以帮到你的。

2) 自定义人群

除了系统原有的人群之外，我们还可以自定义设置人群，覆盖人群。那我们可以通过新建人群，设置我们自己人群的喜好度、城市、性别，进行投放。最终离不开那句话：你想要形成什么样的标签，就做什么样的人群，人群投放就是给我们自己投放到想要的人群面前，然后进行点击、收藏、转化，形成精准标签的运营操作。

总结：每个商品都会有属于自己的标签的，新品前期形成标签时间会比较长，因为标签的形成决定的就是进店流量的占比，新品没有流量所以就难以形成标签。如果是标签形成但转化率很低的那些商品，可能就是标签错误了，建议可以用多多搜索的人群这块进行溢价调整。